专题 **页游时代**
月流水过亿背后的透视

焦点 **世嘉的轨迹**
创造即是生命

电脑游戏新干线

大众软件

10

2014年10月

读 我 懂 你 ， 悦 享 应 用 娱 乐 未 来



专栏评述 游戏视频领军者的十年征途——喷神大电影上映纪念

新品初评 联想VIBE Z2 Pro（K920）手机 / 捷波朗超凡3蓝牙耳机 / 网件R8000无线路由器 / AMD FX-8300处理器 / QQ邮箱手机版

中国游戏报道 《御天降魔传》再探班 / 独家专访姚壮宪

评游析道 铲子骑士 / 圣域3 / 崛起3：泰坦之王 / 荒芜星球 / 恐怖分界：“生化危机”系列的恐怖变迁史

极限竞技 新锐FPS竞技游戏小传



国内统一刊号 CN45-1304/TP

热血传奇十四周年典藏纪念册

金秋十月隆重上市
敬请期待



纪念册+光盘+收藏卡（赠送游戏专属荣誉），限量发售

总经销：北京情文图书有限公司 010-65934375



盛大游戏 大众软件 联合出品

2014年10月 总第471期
本期目录

P10
喷神大电影上映纪念

本文从台前幕后回顾“喷神”詹姆斯作为视频作者的轨迹，并为读者推荐除喷神外詹姆斯的其它节目，以及与詹姆斯相关的其他优秀视频作者。也许从中你可以发现对自己胃口的视频节目。

P78
页游月流水频繁过亿背后的透视

页游正处在一个十字路口，是迈向最好的时代，还是迈向最坏的时代？产品破亿的背后，是资本的逃离，在这个路口，厂商将何去何从？本期专题深度解读页游市场流水破亿背后的玄机。





P104

创造就是生命——世嘉的轨迹

世嘉（SEGA）从上世纪90年代中期就开始涉足PC，大部分名作均有PC版，近年更成为了Steam一个有分量的发行商，推出不少PC独占游戏。从长远的眼光来看，世嘉在今天探索的新形态媒介，有可能在未来成为像电子游戏那样改变娱乐界的伟大造物，而我们则有希望亲眼目睹一个新时代的到来。



铲子骑士

复古游戏一向打的是怀旧牌，这也就是说，复古风的游戏要感动的目标只是老玩家，而对新玩家们而言，他们被完完全全的遗弃了。当然世事皆有例外，《铲子骑士》正是这么一款让老玩家泪流满面但又能然新玩家投入其中的一款复古佳作。

P125

超级旗舰
联想VIBE Z2 Pro（K920）手机

■青岚



炫目度：★★★★★
口水度：★★★★★
性价比：★★★★

◆联想（Lenovo）◆已上市◆4799元
◆附件：充电器、数据/充电线、耳机、说明书等◆推荐：追求极致，有一定经济基础的用户
◆咨询电话：400-818-8818（服务支持）
◆相似产品：苹果iPhone 6 Pro、三星Galaxy Note 4等

联想手机借助众多具有中国特色的产品，在近期获得了内地市场手机份额的第一名，而且就在发布这一成绩的同时，它也推出了自己的新一代旗舰机型VIBE Z2 Pro（K920）。作为一款在硬件配置和软件方面都有较大进步的产品，这款手机将成为统领联想目前产品线的旗舰级产品，全方面表现联想最新最强的技术。





联想VIBE Z2 Pro（K920）手机采用6英寸超清（2560×1440）分辨率屏幕，显示效果细腻，色彩丰富，支持10点触控。仅有1.5mm的侧面边框和相对较小的上下框设计，使其屏占比达到83.5%，在相对较窄的顶部和底边中，安装了500万像素前置摄像头，并带有触控式Android按键。除黑色外，这款产品还有金色与灰色可选，在网上商城购买时还可获得乔丹款篮球鞋、移动电源、联想手机等赠品



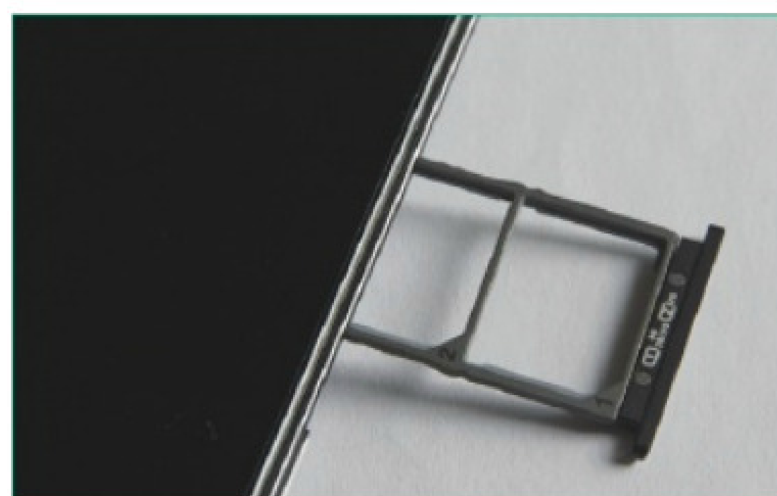
联想VIBE Z2 Pro（K920）的背部采用金属壳体，手感出色，且有更好的散热能力。背部1600万像素摄像头的F2.2大光圈镜头微微凸出，带有双LED补光灯，支持4K分辨率摄像，



这款手机的厚度仅有7.7mm（不含凸出部分），重量182mm，较薄的体型很便于携带，由于重量分配合理，携行和使用时并不感到累赘。其侧面电源按键带有非常精细的花纹，用手指就可以和另一侧光滑的音量键进行区分



这款手机将扬声器开口布置在底面，这一方式更多见于平板电脑，其音量和效果都相当不错，而且可以避免放置在平面上时遮挡扬声器，横握观看视频和打游戏时也不会遮挡



←联想VIBE Z2 Pro（K920）支持双卡双待，采用Micro SIM卡，内侧为GSM（2G），外侧则支持多种3G、4G标准的高速移动网络

→联想VIBE Z2 Pro（K920）采用基于Android 4.4的VIBE UI 2.0界面，操控灵活渐变，且集成了联想“乐”和中国移动“和”系列等大量软件（参看题图屏幕），如乐安全、乐省电、茄子快传、超级相机、一键清理、乐云记事、乐疯跑等

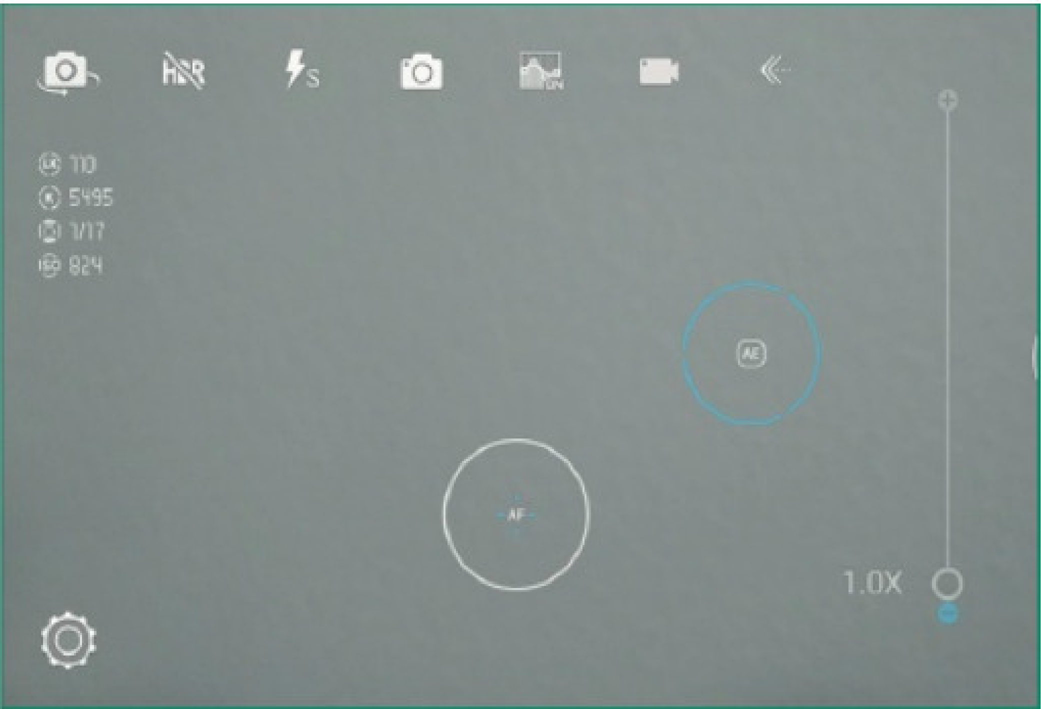




VIBE UI 2.0针对使用便捷性的设计非常多，在“特色设置”中，我们看到仅针对希望单手操控的用户，就有“空灵触控”“水银键盘”“单手微屏”等多种模式，“3D手势”还能够不接触屏幕直接用手势进行操控，“横屏关闭HOME键”则可避免观视频或玩游戏时误触退出，口袋模式则会识别自己处于口袋中时增加来电音量提示用户



联想VIBE Z2 Pro（K920）搭载的大量软件可大大方便用户使用，例如在刚到手准备换机时，就可使用“茄子快传”直接把旧手机中的数据转移到联想VIBE Z2 Pro（K920）中，让新手机迅速进入实用状态





与性能出色的摄像头配合使用的“超级相机”，有智能相机和专业相机两种方式，分别适合不同能力的用户，在偏向专业用户的模式中，可以进行对焦与测光点分离，在拍摄界面中随时显示曝光时间、ISO值等专业数据（上图），也有艺术夜景、艺术HDR、运动轨迹等更多的拍照模式（下图）。当然两种相机方式也有很多相似功能，如4K分辨率（3840×2160）摄像、快/慢速摄像、超级全景、特效拍摄、笑脸快门等





↑→在实际拍摄中，我们选择了更适合普通用户的智能相机和自动场景识别，在色彩、分辨力、景深、亮度的宽容度等方面表现已经相当不错，其出色的宽容度可以在表现阴暗场景的同时亮部也不会过曝，或者在拍摄高亮物体时，仍能看到阴暗部分的细节（右图）

联想VIBE Z2 Pro（K920）采用高通最高端的2.5GHz骁龙801处理器，集成的Adreno 330 GPU频率也高达578MHz，内置3GB内存和32GB闪存，性能非常出色，安兔兔测试得分达到36649，MobileXPRT 2013性能得分218，NenaMark 2帧速59.4fps、3DMark测试16739分。

为了保证使用体验，这款产品还配置了高达4000mAh的电池，可支持8小时的720p视频播放（75%亮度和音量，保留10%电量），以及一周以上的在线待机，同时其金属壳体有不错的散热能力，可保证全速运行时，最热部位的温度在35℃以下，基本不会影响手持使用的感受。联想VIBE Z2 Pro（K920）的配件也相当认真，例如充电器和USB连线均带有加强手感的凹陷，易于插拔，而耳机和USB都使用不易缠绕的扁平线缆。其耳机相当轻巧，音质则偏向于适合路途使用的清朗爽利而非震撼的重音渲染。

总结：联想VIBE Z2 Pro（K920）显示效果出色，性能强大，续航能力较强，无论从任何一个方面讲，都可算是目前顶级的手机之一。P

全天候陪伴
捷波朗超凡3蓝牙耳机

■青岚

对于着重通话能力的蓝牙耳机用户，最看重的应该就是通话质量和续航时间，以及佩戴舒适度，作为同时拥有蓝牙技术联盟成员和医用听力辅助设备技术的厂商，捷波朗推出的超凡3（STEALTH）无疑是这些用户最佳的选择之一。



炫目度：★★★★
口水度：★★★★☆
性价比：★★★★☆

◆捷波朗（Jabra）◆已上市◆569元
◆附件：车载充电器、充电线、耳塞、耳勾、用户指南等◆推荐：忙碌的商务用户，穿戴设备用户◆咨询电话：400-120-0745（支持热线）◆相似产品：暂无



捷波朗超凡3体积小巧，重量只有6～7g（配置不同的耳塞和耳勾），体型与成人的小拇指类似，外侧上部是整体式的接听/挂断按键，使用非常方便。其圆润的外形和银黑相间的外壳，与鲜艳的橙色耳塞、透明耳勾搭配，带有一种卡通式科幻的感觉

超凡3侧面配有一个特殊的语音控制按键，可进行语音操作或唤醒手机、平板的Siri或Google Now等语音控制功能，直接通过语音操控设备，长按这一按键则能听到内置语音指令的提示。

超凡3外侧最明显的特征就是下方的大量开口，更多地接收和分析外界噪声，通过Noise Blackout（噪音阻隔）技术，测试中可明显减少通话时的背景噪音，加上高清语音技术，在嘈杂的大街、喧闹的室内、飞驰的车中都能提供纯净清晰的通话语音。这里同时也是NFC近场通信的感应区



超凡3将电源开关置于内侧，下部则为带有盖子的USB充电接口。可以看到这款耳机没有设计音量调节键，多媒体控制完全需要依靠设备端的语音命令



超凡3配置了3种不同的耳塞和两种不同的耳勾，适合不同使用习惯的用户，其耳塞采用非常柔软的材质制造，特殊的入耳外形可以在减少入耳深度的同时提供更好的声音效果，佩戴感觉比较舒适

在实际使用中，这款产品提供的内置语音提示相当丰富，包括开关机、接通/断开设备、配对、拨号、通话时间提示等，还可以念出来电号码或来电联系人名称。在有电话拨入时也可通过语音来接听/忽略来电，无需碰触耳机。

超凡3能够配对给8个设备，并同时连接其中两个，支持音频播放。尽管超凡3体积小巧，无法内置大尺寸的电池，但在较省电的蓝牙4.0技术和Micro Power（微动电池）技术的支持下，它可提供6小时的播放/通话时间，连接待机时间在18小时以上，完全能满足业务繁忙的用户全天的使用，还可在距手机10米甚至更长的距离时进行清晰的通话。

总结：捷波朗超凡3是一款非常出色的通话蓝牙耳机，语音交互能力的加强让它不仅更加易用，而且也很适合作为目前一些穿戴设备的搭档。

开启智能网络
网件R8000无线路由器

■ 魔之左手



炫目度：★★★★★
口水度：★★★★★
性价比：★★★★

◆网件（Netgear）◆已上市◆2089元
◆附件：电源线、网线、说明书等◆推荐：高端家庭用户、SOHO用户◆咨询电话：400-830-3815（技术支持）◆相似产品：暂无



曾经的新鲜事物——移动互联网普及后，有越来越多的厂商已经在布局下一代互联网——物联网了，当家庭中的各种大小电子设备，乃至电器等都连入网络的时候，家庭中最重要的一件电子设备，就变成了整合内部网络和连接外部网络的路由器。此时我们对路由器的要求就从简单的连接几台电脑和智能设备，变成了要能支持数十乃至上百个接入点、更智能地分配内外部网络带宽、拥有强大到覆盖家庭每个角落的无线信号等等。总之，物联网的实现，需要一台与目前常见无线路由器差别相当大的强力网络中心，例如被称为夜鹰X6的网件R8000路由器，就是为走进物联网时代做好了准备的产品。

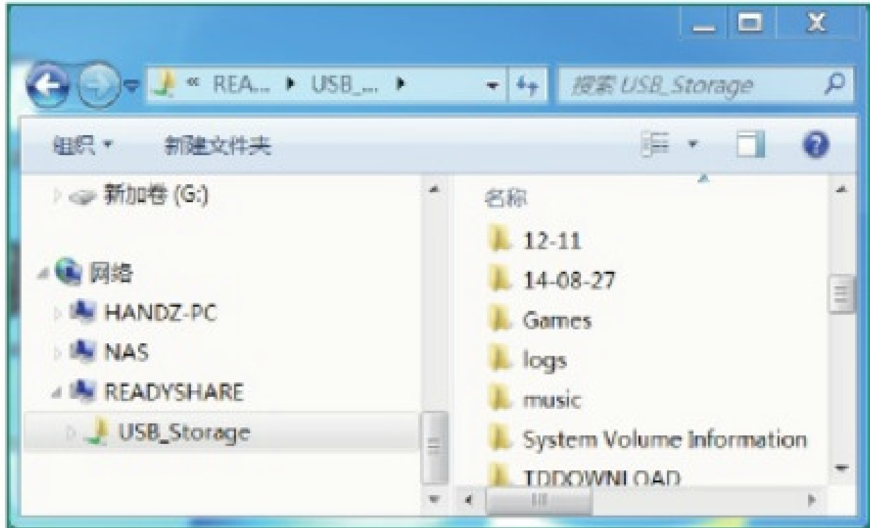
R8000被称为夜鹰X6的原因来自其特殊的设计，全黑而棱角分明的外形感觉是趴在桌面或墙面上的猛禽，张扬的6个可调节天线展开时像是展开的翅膀，当然也很像是倒过来的蜘蛛

R8000拥有4个千兆有线网络出口和两个USB易共享（ReadySHARE）接口，其中包括一个USB 3.0接口，适合连接大容量高速移动存储设备，背部还提供了少见的LED灯开关

6天线配置是R8000的最大特色之一，其中四角的天线还能够进行一定幅度的旋转，根据所处的位置进行相应调节，配合“睿动天线技术”，可增强整个使用空间内的信号覆盖能力，在较小空间使用或进行运输时，则可完全折叠，贴合在上壳体表面

功能强大的R8000没有使用过多的外部操控设计，如触控面板等，但不可避免的是大量状态灯，为了更便于识别，其整排状态灯几乎纵贯了整个上表面，并且用不同的大小和颜色进行区分，WiFi开关和WPS按键更是直接与相关状态灯集成在一起。由于指示灯较多，R8000还允许看腻了的用户关闭或修改灯效

R8000提供一个2.4GHz和两个5GHz频段的无线网络，并且各带有一个Guest频段，每个频段都能支持20个左右的设备，应该能满足相当长时间内未来普通家庭物联网的需求



易共享功能可连接USB移动存储设备，作为标准的局域网共享文件夹使用（如图），另外还可安装相应软件提供USB打印机共享、备份、移动端云服务等功能

R8000内置的1GHz双核处理器及3个辅助处理器、256MB内存使其拥有目前家用路由器中顶级的处理能力，它提供了基于802.11ac标准的3个频段，带宽分别为600MB/s、1300MB/s、1300MB/s，无线有效带宽合计达3.2GB/s，也是目前家用路由器中无线带宽最高的产品之一。

在实际测试中，R8000为大量无线和有线设备提供了稳定的网络连接，多达60台以上的设备连接时，测得其表面温度已经达到接近60℃，好在几乎全部为镂空设计的壳体赋予了它不错的散热能力，使它仍能够正常工作。而且当连接设备较多，且出现慢速设备占据高速频段时，R8000会将其转入相对低速的频段，例如三星S4等较早期的手机虽然能识别和连接5GHz频段，但常常被从5GHz频段自动转入2.4GHz频段，但位于高速频段的较新型手机、平板电脑和笔记本电脑都未出现这一情况。从连接数量和稳定性上看，R8000的能力不弱于商用级AP。

在实际应用环境中，将R8000置于客厅内，在同一房间相隔5米时的信号强度达到82%左右，非承重墙另一侧相隔10米左右时的信号强度为58%左右，增加一层承重墙（跃层底板），距离15米左右时信号强度降为40%左右，连接均比较稳定，可毫无延迟地观看路由器端易共享存储的720p高清视频。

总结： 网件R8000是一款面向未来家庭或小型办公室应用的路由器，从速度表现、信号覆盖能力、附加功能等方面看，都是目前最强大的产品之一。

高性价比游戏平台

AMD FX 8300处理器

■ 魔之左手

intel. Kingmax Western Digital 晶合实验室测试联盟

炫目度：★★★★
口水度：★★★★
性价比：★★★★☆

◆AMD◆已上市◆899元
◆附件：无◆推荐：追求性价比和实用能力的中端游戏玩家◆咨询电话：无
◆相似产品：Intel酷睿i5-4430、AMD FX 8320处理器等
◆工程师点评：FX 8300拥有足够的应用、游戏性能，且整个平台的价格与对手相比有明显的优势。

AMD处理器一直以高性价比著称，除了最近非常抢眼的全能APU之外，其实还有一种特别适合与中高端显卡配合，关注高性能应用的FX处理器，它们在ChinaJoy等活动中，已经表现出了相当强大的游戏能力，而其中的FX 8300更是相当符合内地玩家消费能力的一款产品。

FX 8300采用“打桩机”架构，拥有8个物理核心，三级缓存高达8MB，默认频率3.3GHz，Turbo Core动态频率4.2GHz、双重128位浮点引擎、256位AVX指令集、超传输总线技术、PowerNow!节能技术、虚拟化技术、AMD内存优化技术等。它使用已经相当普及的AM3+接口平台，AMD 970/990系列芯片组主板均可支持，其中全功能的AMD 970主板目前售价只有580～650元，处理器与主板的总价类似于竞争对手——中端酷睿i5的处理器价格。

对游戏平台来说，实际游戏能力才是玩家最关心的，我们采用970芯片组主板、AMD DDR3 1866内存4GB×2、AMD Radeon R9 270显卡，安装64位Windows 7中文版及相应驱动程序。

从测试结果看，这一平台拥有了应对高端DX 11游戏的能力，在大部分游戏，特别是目前流行的高端3D网游中，应该都能使用高级或最高级别画质标准，甚至开启全屏抗锯齿等图像增强模式。当然FX 8300同样也有较好的日常应用、办公性能，完全能满足家庭用户的需求。相对于酷睿i5-4430的Fritz Chess得分9802千步/秒，3DMark Fire Strike得分4941等，FX 8300的性能也毫不逊色。

项目	设置	FX 8300
PCMark 7	总分	3251
体验指数	处理器	7.6
Fritz Chess	8线程	10175千步/秒
3Dmark	Fire Strike	4954
	Fire Strike Extreme	2515
孤岛危机3（1920×1080）	默认设置	48fps
	高画质+4×SMAA	28fps
天堂4.0（1920×1080）	默认设置	51.5fps
	默认设置+中等曲面细分	47.5fps
生化危机6	默认设置	7650
古墓丽影9（1920×1080）	高品质画质	82.4fps
	非常高画质	57.4fps

在测试中，其待机功耗约为73W，满载功耗230W，比常见的高端游戏平台省电50～100W，不仅对周边供电、散热的要求并不高、运行安静，而且节省电费，有利于降低全寿命运行成本，对目前其主打的网吧使用来说意义更明显。

系统邮箱终结者
QQ邮箱手机版

■ 魔之左手

收发电子邮件是所有智能设备必备的功能之一，当然也是如今所有智能移动设备默认的内置功能。与PC端不同，由于移动互联网的特殊性，大多数移动设备用户都会直接使用系统提供的邮箱应用，以确保相关服务的全面性和相关性。不过对于特殊的内地市场来说，由于移动操作系统厂商和移动设备厂商都不能保证自身服务的全面性和稳定性，因此出色的第三方邮件客户端还是相当受欢迎的，而作为目前领先的移动互联网应用与服务厂商，腾讯在近期推出的QQ邮箱手机版的新版本，在用户数量、支持能力、周边配合等方面的优势当然是不言而喻的。

intel. KINGMAX Western Digital 晨合实验室测试联盟

炫目度：★★★★☆
口水度：★★★★☆
性价比：★★★★★

◆腾讯（Tencent）◆3.3.3（Android）、3.3（iPhone）、HD 1.0（iPad）◆免费
◆附件：无◆推荐：拥有多个邮箱的个人用户、对腾讯软件与服务依赖度高的用户、腾讯企业邮箱用户◆咨询电话：无（网络支持）
◆相似产品：移动智能设备内置邮箱应用



←新版QQ邮箱手机版可以很轻松地管理多个邮箱，并且增加了很多内地常用邮箱的设置，例如开启界面中的网易邮箱，以及新浪邮箱等，添加邮箱时只需要输入这些邮箱的用户名与密码，QQ邮箱手机版会自动进行服务器配置。当然如果是比较少见的邮件服务商或者公司自有服务器，还是需要用户进行服务器配置，好在它全面支持通用协议，如pop/imap/exchange/activesync等，对各种邮箱系统和设置都能很好地支持，用户更可以添加邮箱头像来进行更个性化的标识



↑聚合”应该是QQ邮箱手机版的最大特色之一，也是最体现腾讯实力的功能，通过智能识别和大数据分析，QQ邮箱在收件时会将用户订阅的邮件和广告邮件区分并归入一个位置中，可大大节约页面空间，微信的订阅号用户应该对这种设计非常熟悉。当然在我们的实际使用中，它也并不能100%的准确识别广告邮件，特别是一些使用“外星”文字的广告邮件，这些邮件的识别仍需要技术的继续发展吧





↑QQ邮箱手机版下载页面二维码



↑新的QQ邮箱手机版对同门的QQ邮件系统和腾讯企业级邮箱当然拥有非常出色的支持，在这方面它完全可以看作是移动版的Foxmail。对QQ邮件系统和QQ企业级邮箱的用户，在输入用户名（QQ号）之后，QQ邮箱手机版就能对收发件服务器进行自动配置。在对QQ好友和同企业用户发送邮件时，只需要输入收件人的部分邮箱名、昵称、QQ号等，它就会自动匹配和推荐收件人



←QQ邮件网页上的直接回复布局，应该是很多用户喜爱的设计特色，新版QQ邮箱也引入了类似的快捷设计，用户在读信时下拉半屏左右，就能呼出回信窗口，而下半部仍保持来信内容，易于查看和回复。另外QQ邮箱手机版还有单击顶部定位未读邮件、iPhone横屏自动全屏阅读等设计，并且能将订阅邮件和中转站文件快速分享到微信中

总结： 作为一款专业而高效的邮件客户端，QQ邮箱手机版完全拥有替代系统邮箱功能的能力，而在QQ系列软件普及度极高的内地用户中，其优势更加明显。IUT的市场统计数据说明，QQ邮箱手机版在内地两大移动系统中的占有率都拥有绝对优势，Android市场因为邮箱应用较多，因此份额在45%～50%之间，iOS市场在用户相对“不折腾”的使用习惯下，更是取得了80%以上的市场份额，应该已经说明了QQ邮箱手机版的出色设计与便捷而全面的应用能力。

本文从台前幕后回顾喷神顾詹姆斯作为视频作者的轨迹，并为读者推荐除喷神外詹姆斯的其它节目，以及与詹姆斯相关的其他优秀视频作者。

游戏视频领军者的十年征途
喷神大电影上映纪念

■辽宁 Nemo

看到这个标题，就仿佛看到了喷神无穷无尽的怒火喷薄而出，将所有烂作烧为灰烬



2014年对于詹姆斯·罗菲而言无疑是值得纪念的一年，他的喷神节目走过了十年长征，大电影的上映也让他终于实现了梦想——把自己的长片搬上大银幕。本文从台前幕后回顾詹姆斯作为视频作者的轨迹，并为读者推荐除喷神外詹姆斯的其它节目，以及与詹姆斯相关的其他优秀视频作者，文中提到的大部分视频在国内网站均有转载。

怪才出世

首先要说的是，将The Angry Video Game Nerd翻译为“喷神”是一个很形象的叫法，但“喷神詹姆斯”这一俗称是错误的，詹姆斯·罗菲本人并没有这样称呼过自己。喷神只是詹姆斯在节目中扮演的角色，但二者不能划上等号，就算是“桌游詹姆斯”这一官方称号也只是他扮演的角色。脱掉戏服后的詹姆斯·罗菲在生活中并不是一个出口成“脏”的喷子，也不是大电影里的处男，他的孩子都一岁半了。节目是节目，现实是现实，这是要分清的。

从9岁开始，詹姆斯就用VHS录像机拍摄短片，他在11岁时录制了第一部游戏视频，内容为任天堂和世嘉的主机大战。不过比起游戏视频，詹姆斯本人



现实生活中的詹姆斯·罗菲其实是一个内向且腼腆的人，只有穿上喷神的戏服后才会大喷特喷

更热衷于自拍恐怖片，他在高中结识了两位愿意参与拍摄的死党：凯文·菲恩和西恩·科根，前者在喷神第87集《忍者龙剑传》和92集《游戏Bug集》中分别扮演忍者和Bug小鬼，并与詹姆斯一起担任了喷神大电影的导演和编剧；后者则是大电影的制片人，赴汤蹈火在所不辞，剧本里要有一辆装甲车，西恩就真的调来了一辆。詹姆斯在费城艺术大学选择电影专业，他自己也说不清这股对电影的执着原因何在，但他清楚自己选择电影专业肯定不是为了钱，否则他大可当个医生或律师。在大学他结识了另外两位挚友：吉他哥凯尔·贾斯丁和喷神御用男二号麦克·马特。凯尔后来成为了一名小有名气的音乐人，麦克则一直在协助喷神的工作，一干就是十年。詹姆斯和麦克这两个想象力爆棚的人非常投缘，屎黄瓜、超级死亡机械耶稣等搞笑形象都是二人在大学期间构思的产物，这一时期詹姆斯还开设了自己的主页Cinemassacre，但因为缺乏推广，访客寥寥，不过此时的他已经具备纯熟的摄影和编辑技巧，为几年后的网络视频浪潮做好了准备。

2004年5月，詹姆斯·罗菲从大学毕业，他想找到一份商业电影导演的工作，但初出茅庐的新手想一步登天成为商业电影导演实在太不现实，赋闲在家的他感到无聊，拍了一部《恶魔城Ⅱ》的9分钟视频，这也是他第一次正经评论一款游戏。詹姆斯把视频传给朋友看，身边的人都觉得不错，麦克·马特对这个评论尤其感兴趣，但他认为《恶魔城Ⅱ》只能算缺点众多，还谈不上真正的烂，他把一盘烂到无以复加的游戏《化身博士》送给了詹姆斯，让詹姆斯开了眼界。一个月后，詹姆斯的第二部烂游戏评论出炉，不同于只有游戏画面的《恶魔城Ⅱ》，这次詹姆斯本人露了脸，在6分半的视频里，游戏画面只占1分钟，剩下的部分由詹姆斯在镜头前耍嘴皮子灌啤酒拖时间，此后滚石啤酒成了喷神的标志性道具。直到现在，詹姆斯依然认为《化身博士》是他玩过的所有游戏里素质最烂、难度最高的一款，今年的喷神十周年纪念活动中，詹姆斯和麦克邀请评论、媒体和游戏界的众多朋友轮番挑战《化身博士》难度最高的一关，全部败下阵来。一开始《化身博士》的评论并没有单独推出，而是与詹姆斯的其它电影短片放在一起送给朋友，对于前两部游戏评论，詹姆斯抱着做做玩的心态，并没有什么长远规划，流通范围也仅限于自己现实中的朋友圈子，这一切在网络视频兴起后发生了变化。

2006年YouTube等视频网站逐渐流行，麦克提议将詹姆斯的前两部视频传到YouTube上看看反响，詹姆斯决定凑个三部曲再上传，于是他录了第三部评论《空手道小子》，并给自己取了个响亮的名字“愤怒的任天堂怪咖”（The Angry Nintendo Nerd），国内玩家则将其俗称为言简意赅的“喷神”。詹姆斯此时住在公寓里，找了一个编辑企业广告的工作，因此他认为喷神只是个三部曲完结的即兴之作，并没有系列化的打算。然而，4月8日，三部视频上传到YouTube之后，点击量惊人，麦克也觉得这些搞笑节目很有趣，鼓励詹姆斯把节目继续做下去，此后这个系列便一发不可收拾。在2006年，詹姆斯用8个月制作了15部喷神节目，这15部被归类为喷神第一季，之前的2部则为试播集。就算是以今天的眼光来看，第一季的内容也相当丰富。第5集《激龟忍者传》是系列第一次出现标题画面，由麦克绘制。第7集《麦当劳小子》第一次由吉他哥凯尔·贾斯丁制作主题曲。第9集《楚大师和胡酒鬼》第一次引入搞怪的虚拟嘉宾屎黄瓜，获得不错的喜剧效果。12集《黑色星期五》第一次引入剧情，由麦克Cosplay电影中的杀人狂杰森。第14集《能量手套》第一次评论游戏硬件，第15集《令人困惑的电影和游戏烂标题》则深入解析娱乐产品标题哗众取宠、前后不一的矛盾，以及本土化的各类麻烦，从这一集开始，喷神不再是一个为了喷而喷的节目，开始涉足深度的文化评论。也正是从这一集，詹姆斯将标题从“愤怒的任天堂怪咖”变为“愤怒的电子游戏怪咖”（The Angry Video Game Nerd），避免收到任天堂的版权官司，而且方便喷任系以外平台的游戏。第17集《圣经游戏》在平安夜一天前上传，内容应景，为第一季划上圆满句号。

虽然观众对喷神反响热烈，但詹姆斯本人也有苦衷，他在2007年初搬到了一个新的公寓，以编辑婚礼视频为工作，变得更为繁忙，想要忙里偷闲制作节目变得更加困难，詹姆斯开始认真考虑将节目完结掉的问题，好在这时GameTrailers网站与他签订了为期一年的有偿合约，规定一个月两集，再加上全球观众的支持，才让詹姆斯有了继续做下去的动力，与此同时，他还想到了发售DVD赚钱的方式。第一套DVD于2007年11月发售，除了试播集和第一季的全部17集外，还包括制作花絮和趣味节目《你知道什么是牛屎吗？》（You know what´s bullshit？），后者的内容为詹姆斯本人抱怨生活中各种看似寻常但实则不符合逻辑的惯例，这个节目衍生出一个搞笑角色牛屎人，由詹姆斯本人饰演。詹姆斯原本打算把吉他哥的完整版主题曲放在DVD里发售，但在此之前，网上已经出现无数的同人版，詹



詹姆斯和凯文·菲恩在高中时拍摄的恐怖片，早年还没有DV，用的都是VHS，保存下来的画面已经失真



吉他哥凯尔·贾斯丁在初期的喷神节目经常客串，但2009年后因个人原因隐退，期间他在节目里变成了骷髅



麦克·马特一直为詹姆斯忙前忙后，他经常套着面具客串喷神节目，唯一一次露脸扮成了蝙蝠侠里的小丑

姆斯只得在第25集《世嘉CD》中放出完整版，以正视听。

喷神第18集《忍者神龟Ⅲ》则是一篇电影评论，本不该塞进作为游戏评论的喷神系列中，詹姆斯打算开一个名为“愤怒的电影怪咖”（The Angry Movie Nerd）的常年定期连载，即“电影喷神”，但因为他实在抽不出空，这个想法取消了，录好的节目放在了游戏喷神的列表里。不过从这一年开始，詹姆斯不定期更新了很多电影评论，万圣节期间他还有特别栏目《怪兽也疯狂》（Monster Madness），每年10月以一天一集的速度按照话题回顾多部影片，如恐怖电影发展史、续作发展史、80年代电影史、哥斯拉发展史。一天一集的更新频率让观众大呼过瘾，但对于詹姆斯而言，这是一个极为繁重的工作，他必须从6月开始准备，一直忙到10月。然而他凭借惊人的毅力坚持了下去，从2007年开始，不论多忙，每年的10月他都没有开天窗。

喷神第二季的点击量继续攀升，到了2008年，GameTrailers与詹姆斯续签了第三季的合同，这一年他搬家后认真收拾了地下室的游戏收藏，这个地下室成为了喷神的固定拍摄地点，房间的布置更体面，摄像机可以随便左右转向，拍摄四面墙360度的游戏收藏，镜头角度更灵活，观众也看得更爽。这一年喷神最引人注目的是他与另一位驰名视频作者怀旧评论狂（Nostalgia Critic）的联动。评论狂本名道格拉斯·沃克（Douglas Walker），擅长喷过去的烂片，尤其是与游戏相关的烂片。评论狂从2007年7月出道，很快便获得了与喷神不相上下的人气，与Cinemassacre类似，道格拉斯·沃克也开设了主页TGWTG（“戴眼镜那家伙”的缩写）。一个评论游戏，一个评论电影，二者并没有根本性的交集，詹姆斯与道格拉斯实际上都是对方的忠实观众，但外人最初对此并不知情。联动一事源于2008年春，评论狂公开挑衅，希望喷神管好自己的支持者，不要再说“评论抄袭仿喷神”这种蠢话。喷神随后示好，并表示自己其实是评论狂的观众，但对方并不领情。评论狂在TGWTG上线时放出预告，打算回顾与《超级马里奥3》相关的电影《游戏奇才》（The Wizard），没想到喷神第二天就抢了先。喷神第46集《游戏奇才与超级马里奥3》一反常态，首次用调侃的口吻谈论《超级马里奥3》这样的好游戏，并引入新的恶搞角色超级死亡机械耶稣（此后詹姆斯还做了一部搞笑视频解释这个机器人的来源），喷神披挂一堆8位机劣质体感周边的扮相从此成了他的标志性形象。

虽然撞车纯属巧合，但评论狂决定来一番互相炒作，继续挑衅，喷神也终于在Cinemassacre上做出回击，二者隔空对喊，“喷神大战评论狂”成了网络上的热点话题，这一炒作甚至被一些观众信以为真。光耍嘴把式当然没意思，二者约定了时间地点，跑到一家游戏店来了场搞笑的摆拍拳脚对决。首次真人会面后，双方互下战书，评论狂要求喷神回顾一款他认为最烂的电影，而评论狂则要回顾一款他认为最烂的游戏，于是喷神选择了《里奇》（抄袭《洛奇》的劣质山寨电影），评论狂选择了《小顽童》（SFC烂作），此后评论狂又跑到喷神拍摄节目的地下室大闹一番，并号召双方的支持者绘制海报。整个炒作持续整整一年，2009年，在TGWTG成立一周年的特别节目中，喷神代表游戏评论圈，评论狂代表电影评论圈，二者



詹姆斯如今的住所在宾夕法尼亚州的费城，他在2008年搬到这里，地下室放满了游戏收藏，也是节目的拍摄地点



怀旧评论狂和喷神的评论风格其实有相当大的区别，看过的人都清楚，前者开喷的火力明显比高于后者



评论狂与喷神在一次展会的合影，二者的互相挑衅从一开始就是一件炒作，没想到不少观众信以为真



评论狂的御用画家MaroBot为评论狂和喷神休战并联合发布《忍者神龟》评论所用的漫画宣传图



选择《忍者神龟摇滚之旅制作花絮》的原因是评论狂和喷神都是神龟铁杆，这样的烂片实在不能忍



喷神官方游戏的真人海报，左起为吉他哥、麦克、喷神、牛屎人，吉他哥处于半隐退状态，故为骷髅



超级死亡机械耶稣在游戏中是清屏道具，可以横扫一切杂鱼，虽然数量有限，但在关键时刻依然有其价值



游戏中还有《怪物也疯狂》等电影评论的内容，这是詹姆斯评选的最夸张怪物巨爪，不过尺寸在游戏中严重缩水

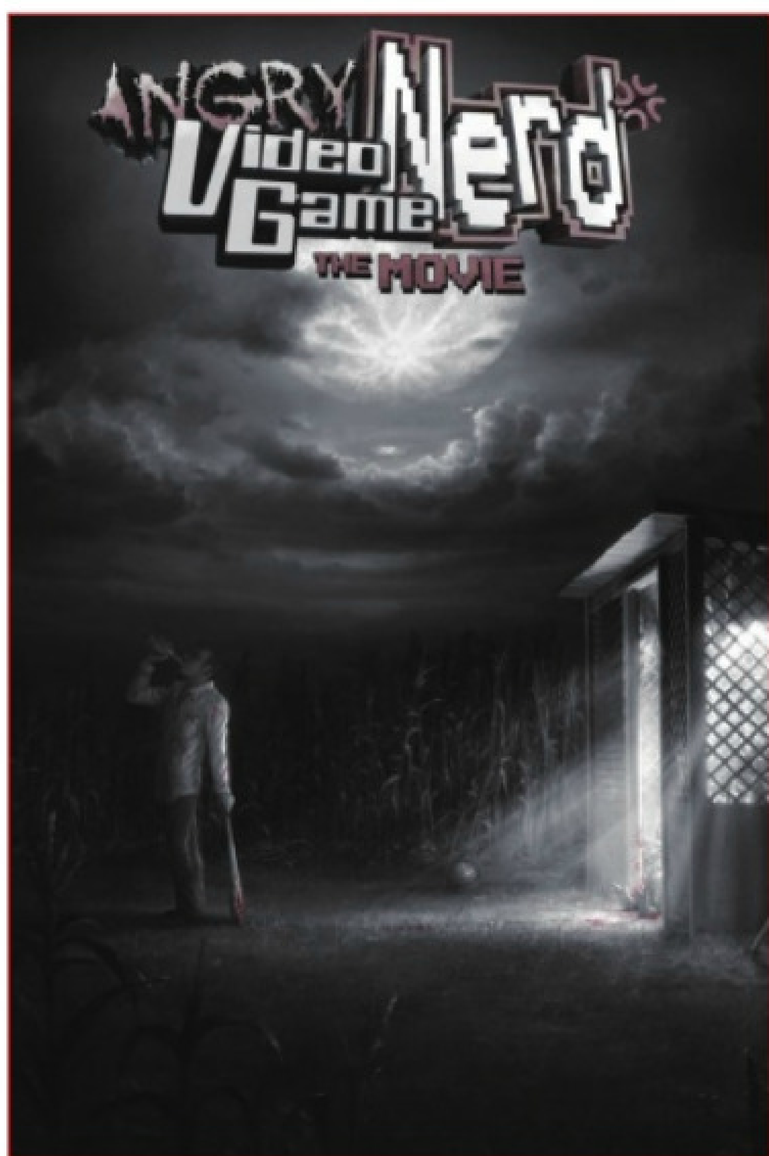
各率十几名视频作者，在芝加哥会面，再次"打成一团"。最终二人宣布正式议和，一起回顾惊天烂片《忍者神龟摇滚之旅制作花絮》，此后喷神多次客串TGWTG的周年特别节目，评论狂也参与了喷神大电影的拍摄，二者的炒作都为对方增加了惊人的点击量，可谓皆大欢喜，这一年詹姆斯还开启了新栏目《桌游詹姆斯》。

詹姆斯最后一次与GameTrailers续签了喷神第四季的合同，到了2010年春第四季完结时，一个月两集的更新频率让他疲惫不堪，健康敲响警钟，再这样下去，他永远无法完成喷神大电影的计划，他决定将重心转向电影。从第五季开始，喷神的更新频率降低为一个月一集，此后的第六季和第七季甚至多次出现长达数月的空档。为了弥补空档，詹姆斯推举麦克·马特独立制作新视频，并开启新的多人栏目《过度分析》（OverAnalyzers）和《詹姆斯与麦克星期一》（James & Mike Mondays），前者类似头脑风暴，几位好友聚集在会议室的黑板前脑洞大开，讨论各种电影没有展示的细节问题，后者类似普通的游戏实况节目，题材广泛。詹姆斯还为GameTrailers推出了新栏目《童年记忆》（Nerd Memories），纯粹以回忆的角度追溯《魂斗罗》《索尼克》《双截龙》《马里奥赛车》等经典的童年烙印。这一时期的喷神节目为节省时间，大都没有用太多复杂的特效，但去掉这些噱头后，喷神并没有降低批判的火力，精髓仍在，器材的进步也让节目的信号提升到1080p宽屏。

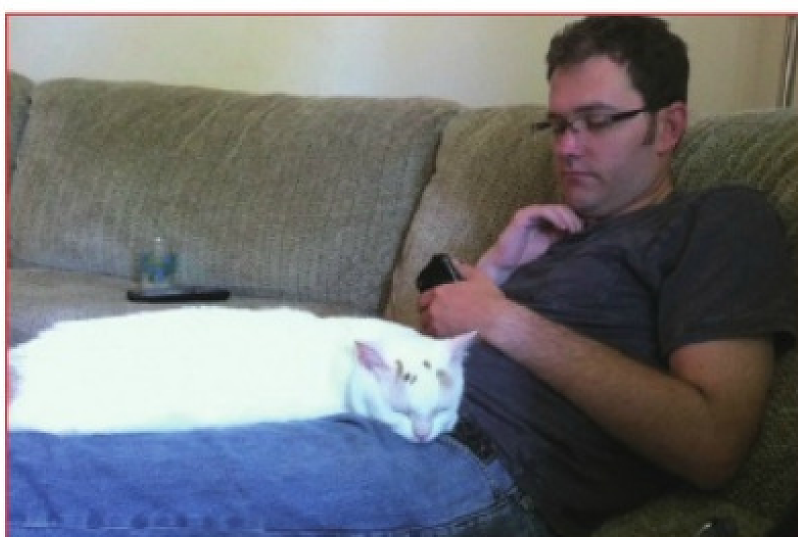
在喷神对着一款又一款游戏开喷时，同人界也开始制作一款又一款以他为主角的游戏。2013年，喷神的官方游戏由一家专攻复古游戏的工作室FreakZone Games推出，素质没有令人失望。游戏的画面走的是标准的像素复古风，音乐则十分出色。玩家可以操作喷神、吉他哥、麦克和牛屎人四个角色，不同的性能对应不同的情况，Bug小鬼和超级死亡机械耶稣以道具的形态登场，HP和存盘点则是滚石啤酒和喷神的面包机型NES（美版FC），关卡设计也取材自节目曾喷过的游戏，最终关则是喷神最讨厌的公司——LJN总部，令人捧腹。不过游戏较高的难度并非人人都能受得了，再加上欠扁的Game Over画面，难免让玩家火冒三丈，和节目中的喷神一样扔掉手柄，冲着屏幕竖起中指。不过游戏的难并非没道理的难，如果有熟练的背板和清晰的思维，通关并非痴人说梦，唯手熟尔。

沙漠传奇

观众的热情才是支持喷神节目一直做下去的原动力，观众写信要求回顾的烂作，喷神会尽量满足，而热心观众对喷神的回报也不薄，为了让喷神更好



大电影于2012年初发布的海报，当时拍摄尚未结束，詹姆斯对进度没有头绪，只得将上映日期写为“这辈子”


詹姆斯这条6岁的白色母猫叫Yeti，另一只7岁的黑色公猫叫Boo，后者在喷神的节目中登场过几次


作为詹姆斯的高中同学，大电影的制片人西恩·科根给足了面子，甚至找来了一辆装甲车用于拍摄

制作节目，观众经常向他捐献游戏软硬件，或直接通过贝宝汇给他资金。然而，把观众当作上帝的喷神，多年来却始终没有评论观众呼声最高的游戏——《E.T.外星人》。喷神并非彷若无闻，他只是觉得，对于《E.T.》这样一款意义重大的游戏，随便做一集十几分钟的内容远远不够。喷神这一节目并非普通的游戏评论，还涉及了历史与文化探讨，这也是节目能够大受欢迎的重要原因。早在2006年末，喷神刚刚走红时，詹姆斯·罗菲就与高中同学凯文·菲恩一起探讨将喷神搬上大银幕的计划。詹姆斯于2007年构思好剧本大纲，2008年他写出了剧本草稿，但在2009年电影计划原地踏步。詹姆斯意识到，继续按照一个月两集喷神的节奏做下去，电影就没戏了，他必须做出取舍。于是从2010年的第5季开始，他降低了更新频率，观众议论纷纷，误以为他要淡出评论界，迫使詹姆斯在当年9月公布了电影制作中的声明。2011年，詹姆斯完成了剧本和分镜，并在Indiegogo等网站启动众筹。原本詹姆斯只打算通过众筹承担部分成本，没想到网友一口气捐了32万美元，解决了全部资金问题。2012年1月，詹姆斯收拾行李，带着妻子和一黑一百两只爱猫，从东海岸的宾夕法尼亚启程，横跨整个美国，来到西海岸的洛杉矶，因为天气问题，原定的外景拍摄计划不断推迟，直到5月才打道回府，期间Cinemassacre网站的维护和更新交给了麦克·马特。

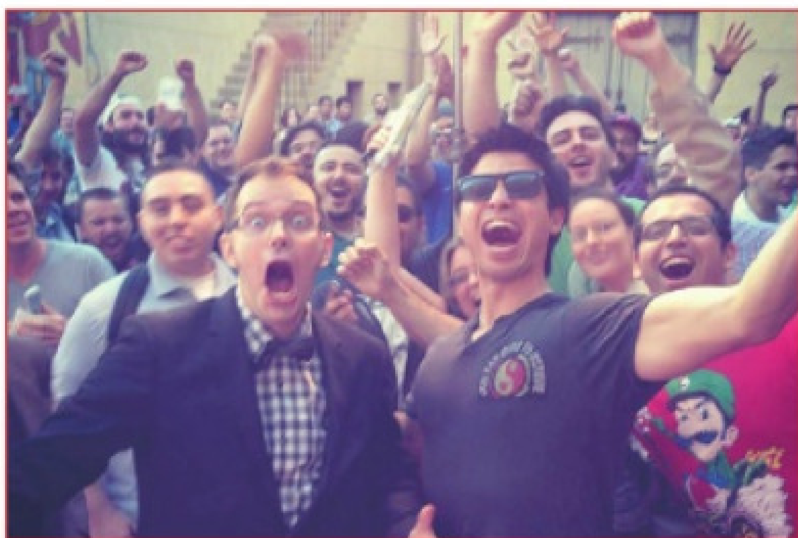
第101集喷神《斯皮尔伯格游戏》原定为电影上映前的最后一集，节目的最后出现了《E.T.》的卡带，屏幕随即一黑，打出“待续，请见大电影，即将上映”的广告，但几个月后，詹姆斯意识到，电影没可能这么快完成，于是他一边恢复网站节目的更新，一边推进电影计划。外景已经拍摄完毕，詹姆斯开始用模型拍摄各种大场面的素材，并在电脑上处理相关特效，电影一共用了952个特效镜头，比《钢铁侠》这样的大片还要多。后期队伍共80人，分散在世界各地，很多人都是通过网络协助电影的制作，出力最多的依然是詹姆斯本人，2013年可谓他这辈子最忙的一年。4月末，詹姆斯的女儿出生，不幸患有先天疾病，被迫和妻子一起留院查看了很长时间，电影制作因此暂时中断。因为不想放弃每年的万圣节专题《怪兽也疯狂》，詹姆斯从6月开始筹备回顾恐怖电影的素材，这又占去了相当的时间。2013下半年对于詹姆斯而言简直是一场噩梦，尤其是11月，除了继续制作电影特效外，他还要完成喷神DVD第五卷和桌游詹姆斯DVD的第一卷，一共5张DVD，赶在5天内完成。他的母亲突然从老房子搬了出去，依依不舍的詹姆斯跑去帮着搬家，并为自己的房间做了最后一次录影，他在这里拍摄了无数短片和前两集喷神，现在却必须说再见了。

解决了这堆事情后，情况却没有好转。喷神的官方游戏在9月发售，观众呼吁詹姆斯本人尽快推出评论，这样也能促进游戏的销量，直到11月末他才空出时间处理此事。这是詹姆斯第一次录制PC游戏视频，麦克为此特意买了一台新的PC。这一集推出后，圣诞节也不远了，按照惯例喷神必须出一期节目来庆祝。到了12月末，喷神才抽出时间在凌晨3点的后院用模型补拍导弹发射的镜头，没想到不小心触发了报警系统，吵醒老婆孩子和左邻右舍，连救火车都来了，好在消防员也是喷神的忠实观众，双方很快解除了误会。大电影原定在2013年，即《E.T.》卡带埋葬30周年上映，但下半年的大量网络视频花费了相当多时间，推迟了电影计划。进入2014年，詹姆斯快马加鞭，全身心投入特效制作，每周更新进度，观众能够在Cinemassacre网站上看到黑板贴着的未完工特效镜头在不断减少，最终于6月9日大功告成，期间詹姆斯还忙里偷闲，更新了《大货车极限竞赛》和《沙漠巴士》这两部喷神视频。

詹姆斯8年的奋斗、观众4年的等待，终于迎来了终点。影片的首映定在7月21日的格鲁曼埃及大剧院，这里是好莱坞第一部首映作品《罗宾汉》的福地，历史悠久，不过百密一疏的计划还是碰到了点小麻烦，《银河护卫队》的首映就在两个街区外的另一家电影院，拥挤的车流为赶到现场的观众带来了一些不便，好在首映本身获得成功。此后影片在全美的25家影院陆续上映，门票一扫而光。詹姆斯渴望将作品推广到全世界的院线，但这毕竟只是一部独立电影，缺乏资金，就连这25家影院也是一家一家慢慢谈妥的。能够在电影院上映长篇电影是詹姆斯一生的梦想，他也希望观众能够借这个机会来几次线下聚会。美国之外的观众并没有等待太久，9月3日，下载版在网络推送，年末的DVD和蓝光则会收录大量花絮，值得收藏。

营利性电影与免费放出的网络评


大电影选择了传统的模型拍摄，除了激光枪等特殊效果外，原则上尽量少用CG，保留更多趣味性


格鲁曼埃及大剧院的首映剪彩仪式，成为了喷神观众的一次线下狂欢，4年的等待在这一刻终于结束



微软的挖掘人员费了一番功夫找到埋藏现场，果真挖出了雅达利的物资，包括多种游戏的卡带和宣传材料

论在法律层面是不同的，前者对版权的要求更严格。詹姆斯取得了雅达利的授权，这家公司的版权在电影拍摄期间因重组和破产几易其手，每换一次东家，詹姆斯都要重新谈一次授权，让他哭笑不得。《E.T.》的版权归环球，因为谈判失败（对方答复简单粗暴：斯皮尔伯格不会感兴趣，死心吧），影片被迫将游戏名变为《Eee Tee》避讳，其他没有取得授权的游戏视频也进行了重新绘制。多年来玩家将《E.T.》称为史上最烂、最难的游戏，在喷神看来，本作虽然烂，但并没有那么不堪（他认为这两个污名应该赐给《化身博士》才对）。《E.T.》之所以臭名昭著，源于新墨西哥州沙漠埋葬200万张卡带的都市传说，以及随后的美国游戏界大崩盘。但将一切归罪到一款游戏上无疑是可笑的，游戏界的问题绝非一朝一夕，《E.T.》不过是压倒骆驼的最后一根稻草。电影还邀请游戏的作者霍华德·沃肖（Howard Warshaw）现身说法，沃肖其实开发过一些不错的游戏，然而之前编写一款作品需要半年，雅达利只给了他5周时间去制作《E.T.》，实在强人所难。人们之所以记住《E.T.》，并非因为游戏之烂，而在于它扮演了一个不光彩的重要历史角色，这个臭名昭著的意义是无法复制也不应复制的，玩家纪念《E.T.》是为了敲响警钟，属于正当行为，厂商不以为耻推出新的烂作，才是错误行为。喷神在这部电影中，为自己十年的评论生涯做了总结。

影片融合了喜剧、恐怖、科幻等多种类型，“怀旧评论狂”道格拉斯·沃克一开始拿到剧本，曾好奇地问：“这TM要怎么拍啊？”当他赶到井然有序的外景现场时，又肃然起敬。在如今这个1000万美元都只能算低成本的年代，32万的预算并不多，但好钢用在了刀刃上，影片并不缺乏大场面，各种微缩模型镜头虽然一看就知道是假的，丰富的细节依然给观众留下了深刻印象，作为《哥斯拉》铁杆的詹姆斯这次累个半死，但也过了一把特摄瘾。影片最大的问题在于两个新主角库伯和曼蒂并没有在过去的喷神节目中登场，人们更希望看到吉他哥或麦克等常客担任主角，但这些老朋友并非职业演员，也没有足够的个人时间全程参与拍摄，只能在彩蛋性质的分镜中露个小脸，颇为遗憾。

虽然沙漠埋藏的卡带被很多人归类为都市传说，但詹姆斯早在2007年就从网络搜集了大量证据，他确信此事为真，只是没有跑到现场挖掘一番，毕竟电影的剧情带有很大的虚构成分，现实中的沙漠到底有没有卡带对于影片而言并不重要。有趣的是，微软今年拍摄的纪录片《雅达利Game Over》采用了同一话题，4月26日，微软刨根问底，找到传说中的埋藏现场，居然真的挖出了卡带！这次挖掘行动与喷神大电影中的剧情相映成趣，反而增加了喷神的可信度，也满足了影片所提倡的“让真相公之于众”的愿望。詹姆斯与好友“NES朋克”帕特（Pat the NES Punk）在7月24日刚刚忙完大电影在圣地亚哥的放映活动，没想到一天后，微软就在同一家影院举行了《雅达利Game Over》的初剪试映，二人先睹为快，并给予纪录片高度评价。喷神与微软今年的两部影片一前一后、一幻一真，将话题推向了最高潮。

在今年剩下的日子里，詹姆斯忙碌依旧，他还要制作大电影的DVD和蓝光花絮，硬盘里20TB的原始素材等着剪辑，但电影的公映让他放下了心中的一块巨石。詹姆斯笑称，如果他一开始就知道电影需要这么多年才能完成，他很可能直接打退堂鼓，但很多问题要亲自做了才能知道，开弓没有回头箭，中途退缩不是他的风格，计划必须有始有终。现在他策划了6个电影构思，准备挑选一个日后拍摄，但下一部作品不会像大电影那样耗费大量的人力、物力与时间，他倾向于更灵活的小项目小团队。在今后的时间里，他更愿意呆在家里，把主要精力用于制作网络视频和照看女儿，喷神和《桌游詹姆斯》等Cinemassacre的传统栏目将恢复更新，今年的《怪兽也疯狂》同样不会开天窗，继续服务观众。詹姆斯希望自己的作品能够抛砖引玉，如果陷入迷茫的独立电影人看了他的作品获得启发，克服艰难险阻获得成功，这将是他最大的荣幸。

一呼百应

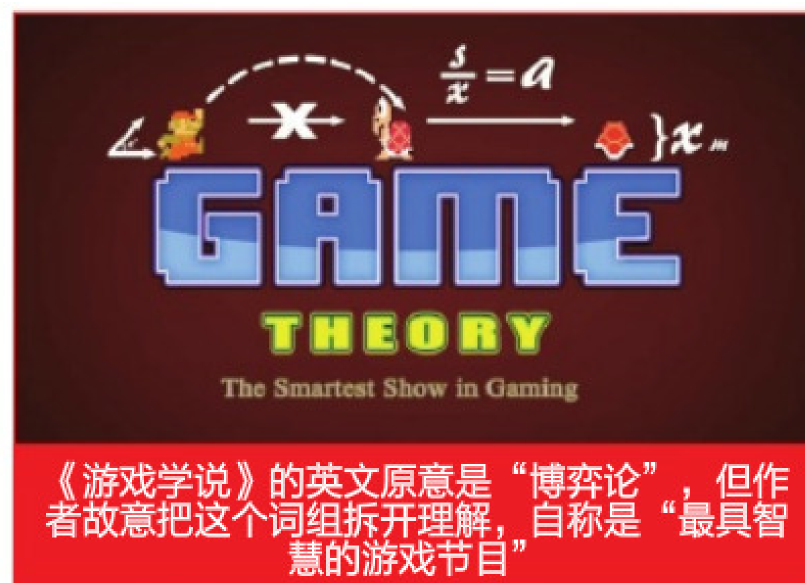
喷神的节目能走到今天，除了观众外，也离不开众多好友的支持。系列嘉宾中各位最熟悉的吉他哥凯尔·贾斯丁是一位小有名气的音乐人，在早期经常客串，制作了所有原创歌曲，并在第29集扮演蜘蛛侠，他还将一些与喷神无关的原创音乐上传到Cinemassacre以示支持，2009年凯尔成为父亲后为照看孩子逐渐隐退，只在第110集《怒》和大电影中露过脸。麦克·马特是Cinemassacre的二号人物，喷神节目中的所有标题画面和大部分Cosplay都是他完成的，第53集《蝙蝠侠》尤为出名，麦克不但扮演了小丑，还绘制了一段模仿60年代蝙蝠侠电视剧的片头。在《桌游詹姆斯》中，他扮演曹丽马麦克（Motherfucker

Mike），一个疯狂作弊的混球，当然现实中的麦克并没有这么恶劣，麦克的全职工作是画家，他曾参与30年代米老鼠漫画的再版修复工作。2012年初詹姆斯忙于电影拍摄，麦克开始独立更新视频，维持网站运营。詹姆斯近乎于纯怀旧玩家，而麦克玩很多新游戏，时常更新高清大作的评论，除了Wii U外，他还为《杀手本能》新作买了一台Xbox One。2012年末，网站开通了新节目《詹姆斯与麦克星期一》，这档节目类似实况，没有太多的剪辑和后期处理，二人将不适合喷神节目的游戏放在了这里。当年喷神绞尽脑汁也没能修好美洲虎CD，热心观众捐赠了一台，他发现上面的游戏虽然不好但并没有哪一款槽点爆棚值得特意去喷。然而视频还是要出，他便把录像放在了这里，节目的选题广泛，不论新老好坏，有可看性的游戏均能上镜，就算是黑客修改过的ROM也不例外。

《詹姆斯和麦克星期一》还成为了二人发挥自虐精神的舞台，有时他们会挑战《化身博士》等喷神剧集没打穿的游戏，当然这样的考验大都以失败告终。节目经常邀请嘉宾，如布兰登·卡斯特（Brendan Castner），他在《桌游詹姆斯》中扮演衰人伯斯迪（Bad Luck Bootsy），一个毛手毛脚害人害己的倒霉鬼，但现实中他是一名游戏高手，他第一次接触MD版《回到未来3》，只花了12分钟就顺利通关，让詹姆斯和麦克啧啧称奇，作为音乐人，他还为《桌游詹姆斯》编写原创歌曲。另一位常客是“NES朋克”帕特，他也是一位怀旧视频作者兼收藏家，拥有比詹姆斯更豪华的NES收藏，如喷神第104集《任天堂世界锦标赛》的金卡和灰卡。他对任天堂8位机的收集欲之强烈，已经达到来者不拒的程度，连国人生产的100合1盗版FC黄卡都买了不少，还专门做了回顾视频。帕特还是NES马拉松的常客，这是一个速攻NES游戏的年度募捐活动，所得捐献给慈善组织。帕特的网站Thepunkeffect有众多视频节目加盟，包括《游戏学说》（Game Theory），这一视频的风格类似詹姆斯的《过度分析》，但脑洞更少，证据更多，图文并茂，毫不枯燥，兼具知识性和趣味性，像“《青蛙过河》中的青蛙属于哪个品种”这样的牛角尖都不放过，《游戏学说》还曾把喷神拿出来，作为剖析对象评论了一番。曾与喷神签约的GameTrailers旗下还有一档名为《流行传说》（Pop Fiction）的节目，用翔实的证据审视游戏圈的各种谜团，如《口袋妖怪》的谜之怪物“MissingNo”和迈克尔·杰克逊与《索尼克3》的联系，第22集特意邀请喷神客串，揭开《猎豹人2》第四关无法正常进入的真相。

在众多怀旧视频作者中，影响力与詹姆斯·罗菲并驾齐驱的人或许只有道格拉斯·沃克。道格拉斯原本是一位画家，从2007年开始他在网络连载怀旧评论狂剧集，一炮走红后选择辞职，专心录制视频。虽然他出道比喷神晚一些，但若说评论狂抄袭喷神显然是无稽之谈。詹姆斯的梦想是导演，而道格拉斯的梦想则是喜剧演员，他尤其崇拜金·凯瑞和罗宾·威廉姆斯，在评论狂的节目中明显可以看到两个人的影子，包括前者夸张的表情和肢体动作，以及后者的幽默谈吐。评论狂的嗓音比喷神高出十几分贝，演出风格更为癫狂，面部也更加扭曲，在网络视频作者中堪称颜艺帝王。评论狂的节目能够大受欢迎除了道格拉斯本人的表演外，常玩常新的模式也是制胜法宝。除了万圣节、圣诞和元旦的专题外，评论狂还有诸多特色栏目，如“旧作对新作”（将同一题材的新老两部作品进行全面横向比较并最终分出胜负）和“评论狂教育版”（探讨电影不为人知的有趣细节，以及“电子游戏算是艺术么？”“为什么《猫和老鼠》是天才之作？”“CG在电影界被滥用了么？”等深度话题），就算是普通的排行榜评选，评论狂也要将10大作品改为11大，因为他喜欢“百尺竿头更进一步”。从2011年开始，为了响应詹姆斯的《怪兽也疯狂》活动，评论狂定下了《迪士尼十二月》（Disneycember）的传统，在十二月的每天更新迪士尼的电影，2011年的主题为经典2D动画，2012年的主题为皮克斯等CG动画，2013年的主题为真人电影。

电影改编游戏占了喷神节目的很大比重，游戏改编电影在评论狂早期的作品中也占了相当的比例，如《街头霸王》和《双截龙》，这些电影的素质非常尴尬，《超级马里奥》电影版的水平之烂更是堪称奇葩。《马里奥兄弟超级秀》《塞尔达传说》等TV动画作为系列的黑历史，自然逃不掉评论狂的毒舌。很多名片不为人知的周边作品也是惨绝人寰，如《泰坦尼克号》的动画版与《猫和老鼠》的大电影。至于《夜行神龙》和《蝙蝠侠——动画系列》等公认的杰作，评论狂虽然会在细节方面挑挑刺，但对其整体素质依旧赞赏有加。评论狂制作的《蝙蝠侠——动画系列》11大最佳剧集评选更是得到了动画主创及“《阿卡姆》系列”游戏的编剧——保罗·蒂尼的赞赏。评论狂与喷神对电影的理解可谓不相上下，但论及演出技巧，评论狂确实在喷神之上。除了评论狂外，道格拉斯还一人多角饰演了很多节目。《流浪汉回顾》在热门新片上映时立即发布简短评价，因为DVD和蓝光尚未发售，没有任何电影画面，观众只能看见道格拉斯打扮成一个邋遢的流浪



《游戏学说》的英文原意是“博弈论”，但作者故意把这个词组拆开理解，自称是“最具智慧的游戏节目”



怀旧评论狂最有意思的排行榜评选莫过于《怀旧评论狂的11大失误》，到目前为止一共做了3次

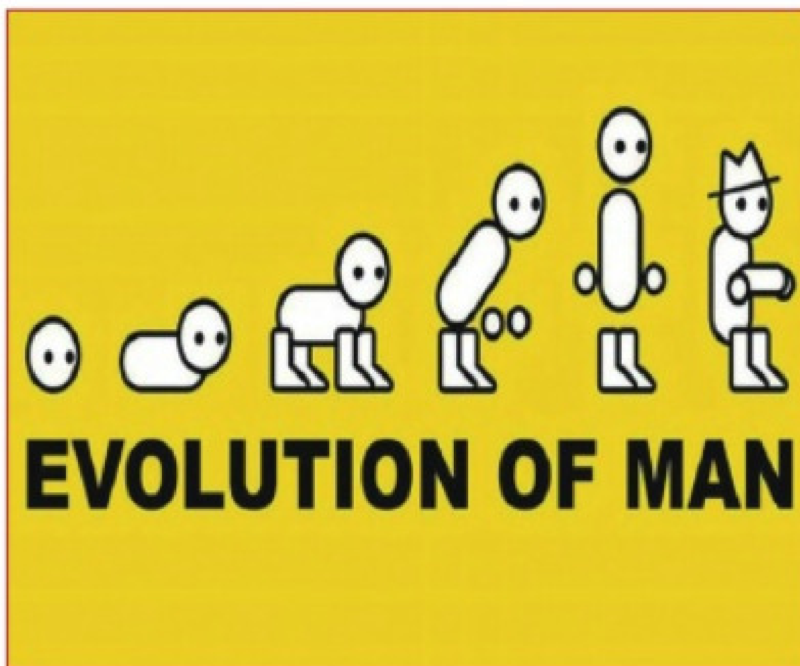


怀旧评论狂有一句固定的节目开场白：“大家好，我是怀旧评论狂，大名我自记得，不劳各位费心。”


《流浪汉评论》是在拿不到电影全片时的变通之举，蓝光发售后，很多电影会由评论狂重新详细回顾



"赞神"德雷克·海弗名声好得多，他有自己的风格，自己的观众群，内容也不失深度



"现代喷神"零标点符号的语速就算对于老外也是一种煎熬，不过视频中简洁有趣的漫画获得一致好评

汉口若悬河疯疯癫癫。在《电子游戏自白酒吧》中，他饰演一名两面三刀的酒保，在虚构的"像素酒店"工作，各类游戏角色经常来到这里买醉，酒保号称守口如瓶，但只要稍加贿赂，就可以从他口中套出游戏名角酒后暴露的本性，同时他发挥自己的美术特长，当场描绘角色的肖像。《戴眼镜那家伙的答疑录》则是纯搞笑节目，他接受各类古怪问题，给出更加古怪的回答，节目的口号为"世上不存在愚蠢的问题，直到你问出来为止"。

与利用业余时间制作视频的詹姆斯不同，道格拉斯从出道早期就成为了全职视频作者，他的主页TGWTG汇集了大量影评人，实际上在网站成立一周年的活动"喷神与评论狂率众大战芝加哥"中，喷神真正的密友只有吉他哥一名，其他队友都是评论狂让给他的（声称"喜爱游戏评论多过电影评论"的几位叛徒），这样双方的人数看上去势均力敌，否则十几号人欺负喷神和吉他哥实在胜之不武。此后每年TGWTG都会举办周年特别长篇拍摄活动，一群视频作者集体上阵的架势咋一看确实很壮观，不过大部分作者都属于混个脸熟的平庸之辈，而且每年的演员阵容都不一样，加盟TGWTG的作者不少，但人员流动性也极高。2012年底，道格拉斯决定将影评从单口相声变为三人行，遭到猛烈批判，点击率一路狂跌。大部分观众都认为道格拉斯的搭档纯属拖后腿，远不如之前的单口相声有意思，但他也有自己的苦衷。作为职业视频作者和网媒公司的一员，培养新人是他的责任，为此牺牲自己的节目质量，则是将爱好变为工作的不幸。相较而言，詹姆斯无疑是幸运的，他有四位才华横溢两肋插刀的老同学在背后默默支持，五个人一起在Cinemassacre携手共进，没有充满铜臭味的尔虞我诈，只有梦想与激情。

虽然怀旧评论狂的影响力在国外可以和喷神相提并论，但国内观众知之甚少，原因也很简单，喷神的节目深入浅出，稍微对游戏有点了解的观众都不难看懂，而评论狂使用很多只有欧美人才知道的晦涩笑点，节目也不会给这些细节标出注释，想要全部翻译成中文让国内观众看懂，难度很大。好在从2012年中开始，国内的视频作者开始系统性翻译评论狂的作品，为方便国人还加入了大量原版没有的注释，颇为用心，现在翻译完的作品已经超过150部，囊括了评论狂的大半精华之作，感兴趣的读者不妨一睹为快。如今的评论狂不再将影评选题局限于"怀旧"，热门新片蓝光发售后，他也会给出详细评论。虽然观众认为搭档加入后的节目丧失了独特风味，但今天的怀旧评论狂依然是网络最好的影评之一，而且道格拉斯也在持续制作一部分没有搭档的评论狂剧集，保留了过去的优良传统。

名人出山后总是免不了模仿者，但恶意和善意的模仿是两个不同的概念。被国人戏称为"愤怒游戏傻A"（The Irate Gamer）的克里斯·鲍尔斯（Chris Bores）就是一名无耻的抄袭者，他的视频是照猫画虎反类犬的代表，好在鲍尔斯本人已经不再制作傻A系列视频，就算他做，也没有多少人看。另一名模仿者"快乐游戏怪咖"（The Happy Video Game Nerd）由德雷克·海弗（Derek Alexander Heafer）扮演，被国人戏称为"赞神"。他在节目中明确表示自己模仿了喷神，而詹姆斯也对他的视频表示赞赏，这样的善意模仿并不会惹人厌烦。赞神经常向观众推荐《洛克人9》《唐老鸭俱乐部复刻版》等复古游戏，也会介绍DC版《剑风传奇》等冷门佳作，还有《莎木》回顾等历史知识讲解。对于《生化危机4》之类的热门大作，赞神则挖掘冷门知识，如NGC试玩版和正式版的区别。他也回顾风评不佳的作品，但他会以自己的观点评论游戏是否真的烂到无可救药，并不盲从。毕竟他是赞神而非喷神，就算真的碰到了烂作，也不会出口成"脏"，而是态度和蔼。

至于被国人戏称为"现代喷神"的零标点符号（Zero Punctuation），其实和喷神本人并没有直接联系。零标点符号真名为本·克罗肖（Ben Croshaw），是一名居住在澳洲的喜剧作家，为PC Gamer等杂志供稿。零标点符号的语速极快，每集虽短但信息量巨大，视频并不包含游戏画面，取而代之的是简洁传神的漫画。虽然喷神和怀旧评论狂是视频界出名的喷子，但二者的观点并不偏激，他们喷的大都是烂作，以免得罪观众。然而，零标点符号爱憎分明，不论是平庸还是优秀的作品，只要不合他的口味，就难逃一喷。虽然他以回顾新作为主且效率极高，但零标点符号并不喜欢当今的游戏理念，他讨厌QTE、子弹时间、掩体、华而不实的游戏和贪得无厌的续作。遭遇游戏荒时，他偶尔会评论一些老经典，如《寂静岭2》和《恐惧杀手》。虽然零标点符号过于主观的评论不符合很多人的口味，但他对于游戏的缺点往往能给出一针见血的批判，这点确实令人佩服。P

特别策划

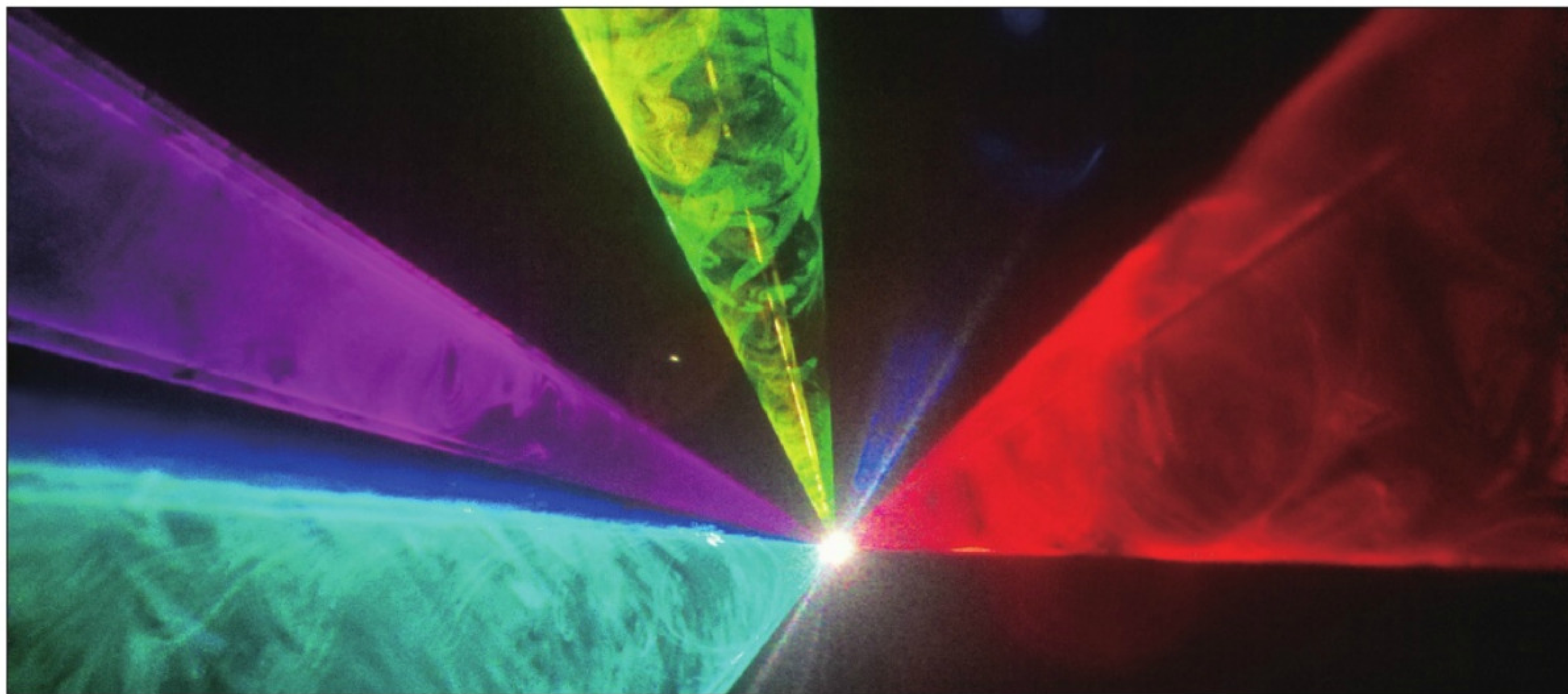
推动时代的力量
新兴网络与智能设备

■策划 本刊编辑部

随着智能穿戴和智能家居的兴起，新的智能时代已经在向我们展露出越来越清晰的面貌。比较有趣的是，这次的智能产品爆发，对网络技术的依赖已经有超过自身处理、感知能力的趋势，各种网络技术，特别是无线网络技术正在辅助和推动新智能时代的形成。

导 读

更快、更强、智能化
无线新标准的发展



■北京 墨汁做寿

无线技术曾经只是各种有线连接的替代方式，但随着应用的深入，我们发现无线技术可以提供很多曾经难以想像的能力，其中就包括以更简单廉价的方式推动各种设备的智能化。

近两年来，由于需求的快速提升，消费市场上常见的无线技术纷纷开始了升级，这些新的无线标准不仅像之前的升级一样，在速度、稳定性等方面进一步提升，而且还相当有针对性的表现出了对新一代智能设备的优化。这些新的无线技术究竟有什么特色？会带给我们怎样不同的无线乃至智能应用体验呢？下面就让我们来盘点一下吧。

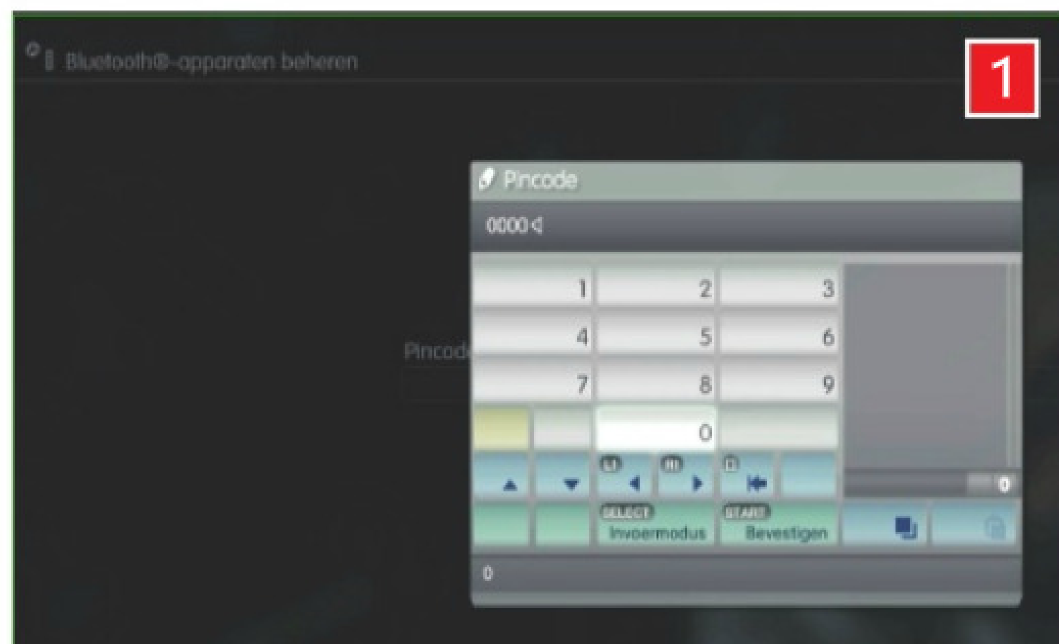
随身数据链——蓝牙

作为目前个人智能设备使用最普遍的无线标准之一，蓝牙技术已经从3.0版本提升到了4.0甚至4.1，4.0版本的相关产品数量已经相当丰富，不过相信大多数普通消费者对所谓的蓝牙2.1、3.0、4.0究竟有什么区别，会带给我们怎样的应用体验提升，都没有太多的概念。那么我们是否应该追求更高的蓝牙标准？最新的蓝牙标准对消费者究竟有何意义呢？

蓝牙技术其实是一项相当“古老”的无线连接技术，瑞典爱立信公司在上世纪90年代中期开始研发，并且在1998年由爱立信、诺基亚、IBM、东芝、英特尔等在IT与通讯领域非常有影响力的大公司共同建立了相关标准和联盟。“蓝牙”这一名称，来自于曾统一挪威、瑞典、丹麦等北欧国家的古代国王，由于他嗜吃蓝莓而有着一嘴蓝色的牙齿，被称为“蓝牙”国王，蓝牙技术采用这位国王的昵称，也表现出了自己统一无线技术市场的野心。

蓝牙真正的实用版本是2.0版，传输带宽达到了2Mbps，相对于红外、2.4G无线等技术，更适合高品质音乐传输等应用，但它仍然存在着很多问题，例如配对速度慢等，所以其后的2.1版迅速成为最流行的版本。蓝牙2.1版本主要解决了快速配对的问题，在配对时无需输入验证码（PIN码），所以现在所有的蓝牙设备虽然都会提示自己的PIN码（一般为0000），但基本已经见不到配对时需要输入这串数字的设备了（图1）。

由于蓝牙2.1已经能够满足很多蓝牙应用，所以其后的蓝牙3.0、4.0并没有引起消费者的广泛关注，不过这两个版本对目前的智能设备大潮来说，却有着非凡的意义。由于部分使用了WiFi技术，所以3.0的高速HS



■图1：现在已经很少见蓝牙配对时需要输入PIN码



■图2：更省电的蓝牙4.0耳机可以做得和有线耳机大小类似

（High Speed）版本传输速度可达24Mbps（3MB/s），这一速率播放720p甚至1080p视频都没有问题，已经可以满足多款随身设备间数据交换的需求。

蓝牙4.0在3.0的基础上增加了低功耗规范（Low Energy），为计步器等单向蓝牙设备准备了低功耗的“Bluetooth Smart”版本，可以让蓝牙设备在待机甚至工作的情况下大幅降低功耗，在电池容量有限的情况下，可以明显提升小型随身设备的续航时间。另外蓝牙4.0的有效连接距离明显增加，可以更好地覆盖整个家庭甚至庭院，使其应用能力得到了明显增强。尽管蓝牙4.0在2010年就提出，但在Android 4.3出现之前，主流智能移动平台只有iPhone 4S等iOS产品和少量Android设备支持，所以在近两年才开始得到普遍应用。

在蓝牙4.0已经为随身智能设备做好了准备之后，更加偏向智能网络应用的蓝牙4.1更是直接提出了“internet of things”即物联网的口号，其多种特性几乎就是为智能随身设备量身打造。蓝牙4.1设备可以同时作为发射方（Bluetooth Smart）和接受方（Bluetooth Smart Ready），并且可以连接到多个设备上；可以进行长时间睡眠后自动连接唤醒；还能通过蓝牙连接上网设备后，直接进行云同步。

在新特性的支持下，蓝牙4.1智能随身设备的应用会更加灵活，例如未来的智能耳机、智能眼镜等产品可以在连接手机后，一边发射运动和身体数据，一边无延迟地接收手机提供的音乐和运动指导、来电和短信；而且在进行大运动量练习时也可以索性不携带累赘的手机，由穿戴式智能设备暂存运动信息，将蓝牙模块休眠以节约电力，回到更衣室后穿戴式智能设备可自动唤醒蓝牙模块，接通并传送运动和身体信息供手机分析；另外在手机连接互联网的情况下，穿戴设备无需自身具备移动网络连接能力或WiFi连接能力，就能将数据进行云同步，供今后查阅或保健人员实时监测。

终结有线局域网——WiFi

曾经是室内无线通讯主力的WiFi网络在近期出现了两种发展的方向，一是更强大的802.11ac标准，用于满足越来越多的家用、商用无线设备的互联与上网需求；二是一些对传输速度有较高要求的户外应用，也开始使用WiFi协议进行连接。其中后者应该算是WiFi技术的新应用方向，尽管有了新的需求，如省电、更快速的连接等，但目前未见有新的相关标准，无论是操作方式还是技术，都没有太多的新特性可言，感兴趣的用

蓝牙厂商如是说

对于蓝牙设备的应用能力，作为在音乐播放和蓝牙技术都拥有强大实力的厂商，Jabra捷波朗亚太区消费产品事业部副总裁Jonathan Tang先生（图3）针对蓝牙技术及蓝牙耳机、智能设备的发展接受了我们的专访。

关于蓝牙技术及相应的智能化设备方面，Jonathan Tang表示：在今年1月份的美国CES上，穿戴设备和穿戴技术也是一个非常广泛讨论的议题，捷波朗很快会有一些新产品推出，也会是一种穿戴技术产品，是新兴的耳穿戴设备（图4），未来在耳穿戴这方面还会有更多的科技发展及新品推出。所谓耳穿戴智能设备，在体积重量方面当然受到更大的限制，能够推出实用化的产品，也是在很大程度上借助了蓝牙技术的发展。

关于蓝牙标准的影响，Jonathan Tang认为：捷波朗所有的设备都是4.0的，我们都是积极导入最新的科技，对于耳机来说，蓝牙3.0和4.0的技术差异还是挺大，4.0的高带宽能得到很好的音乐质量，更好的功耗控制能提供更长的使用时间。

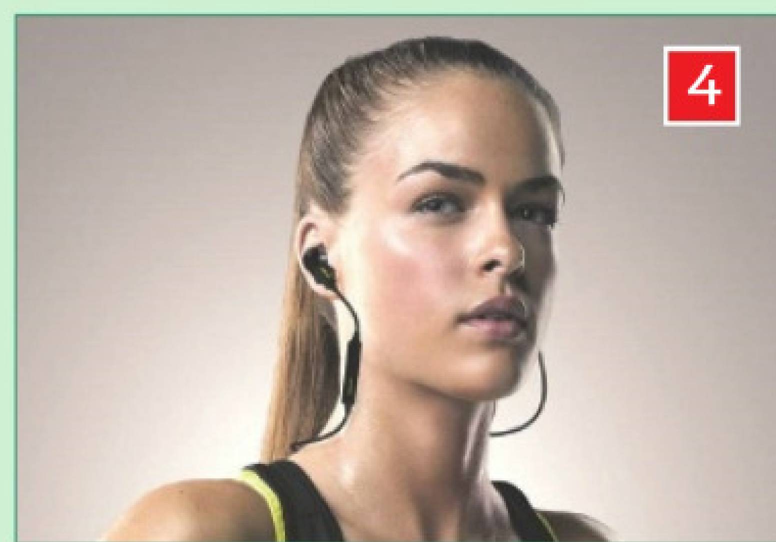
对蓝牙穿戴设备的续航时间，Jonathan Tang说：我觉得一般像这种手腕的穿戴，电量的需求比耳穿戴要少很多，所以手环（手表）应该保证10个小时，但是耳穿戴不一样，因为耳穿戴有连接到音效的传递（持续的音乐播放），还有一些生物信息收集的任务，所以耗电量更大，我们一般觉得耳穿戴的设备至少要5个小时。

为了保证使用时间，我们使用了一个新的技术叫Micro Power，就是微电技术，它以一个很小的电池，能提供很长的续航时间，我们才能够设计出来更轻巧，更小型的耳穿戴设备。

另外对于记者感兴趣的无线充电技术等，Jonathan Tang的看法是：在手机等产品厂商搞起来之后，会考虑使用，但无线耳机有一个特别的问题，就是大家更希望边充使用，但耳机要戴在耳朵上，谁也不愿意在这个位置这么充的（让大功率电磁波发射源靠近脑部）。



■图3：Jabra捷波朗亚太区消费产品事业部副总裁Jonathan Tang



■图4：捷波朗首款耳穿戴设备

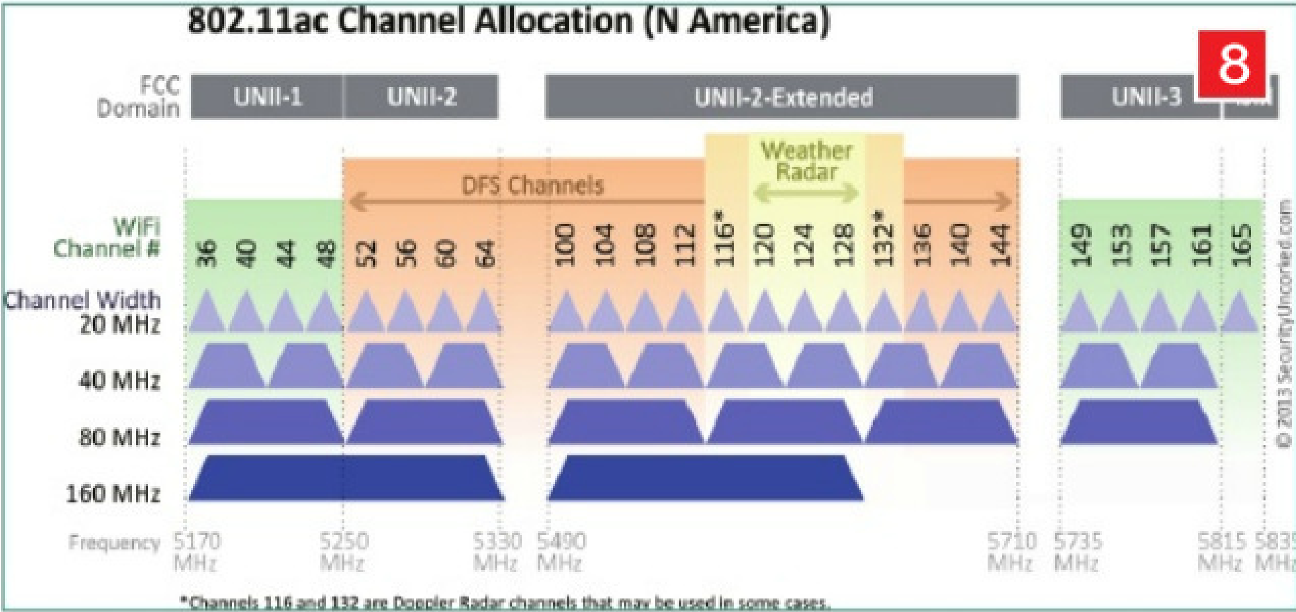


■图5：WiFi已经被引入从低端DC到高端单反的各种数码相机中，其高速特性更适合影像文件的传送



■图6：即将越来越多出现在路由器等设备中的802.11ac标志





■图7：802.11ac路由器推出得很快，且标准比较统一

■图8：802.11ac的通道划分示意（美标）

户可以参考6月刊的“特别企划”及7、8月刊“新品初评”中无线SD卡、无线相机的相关内容（**图5**）。

802.11ac技术是802.11n后，由电子电气工程师协会（IEEE）制定的新一代千兆级别无线局域网标准（**图6**）。与802.11n规范初期的混乱不同，802.11ac的制定与标准形成比较顺利，因此目前选购相应设备比较容易（**图7**），而且也让成本得以迅速降低。这一标准将向后兼容802.11全系列现有和即将发布的所有标准和规范，包括即将发布的802.11s无线网状架构以及802.11u等，它还拥有企业级的安全性标准，用户可以更方便地设置、管理网络。

802.11ac采用5GHz频段，与大量使用2.4GHz频段的其他无线设备间干扰更小，速度却更快。它沿用了802.11n的MIMO（多入多出）技术，而且由于更高的频率，也有更多可用的信道资源，所以每个通道的工作频宽将由802.11n的40MHz，提升到80～160MHz（**图8**），效率也有了10%左右的提升，让最终理论传输速达到1Gbps甚至更高（参考本期“新品初评”栏目），最终可能会达到3.47Gbps双通道（合计6.94Gbps）。在802.11ac技术发展的初期，802.11n也会继续改进，但估计最终速率只能达到600Mbps。

尽管速度提升，但因为可以通过更少的数据链路获得更高的速度，802.11ac的功耗实际上减少了，这一点对于移动智能设备来说非常重要。之前的802.11n标准下，如果要通过多链路获得最高速率，对手机来说需要的功耗过大，这应该就是为什么大家用手机连接802.11n网络时，感觉并没有电脑那么快吧，因为我们的手机很可能不会去获得极速的WiFi连接。

随着无线网络的速度不断赶超主流有线局域网，可管理性也不断提升，受困于布线、成本、移动能力的有线网络退出消费市场的趋势已经相当明显，也许其真正的终结，就会出现在802.11ac的时代。

移动互联时代——4G通讯标准

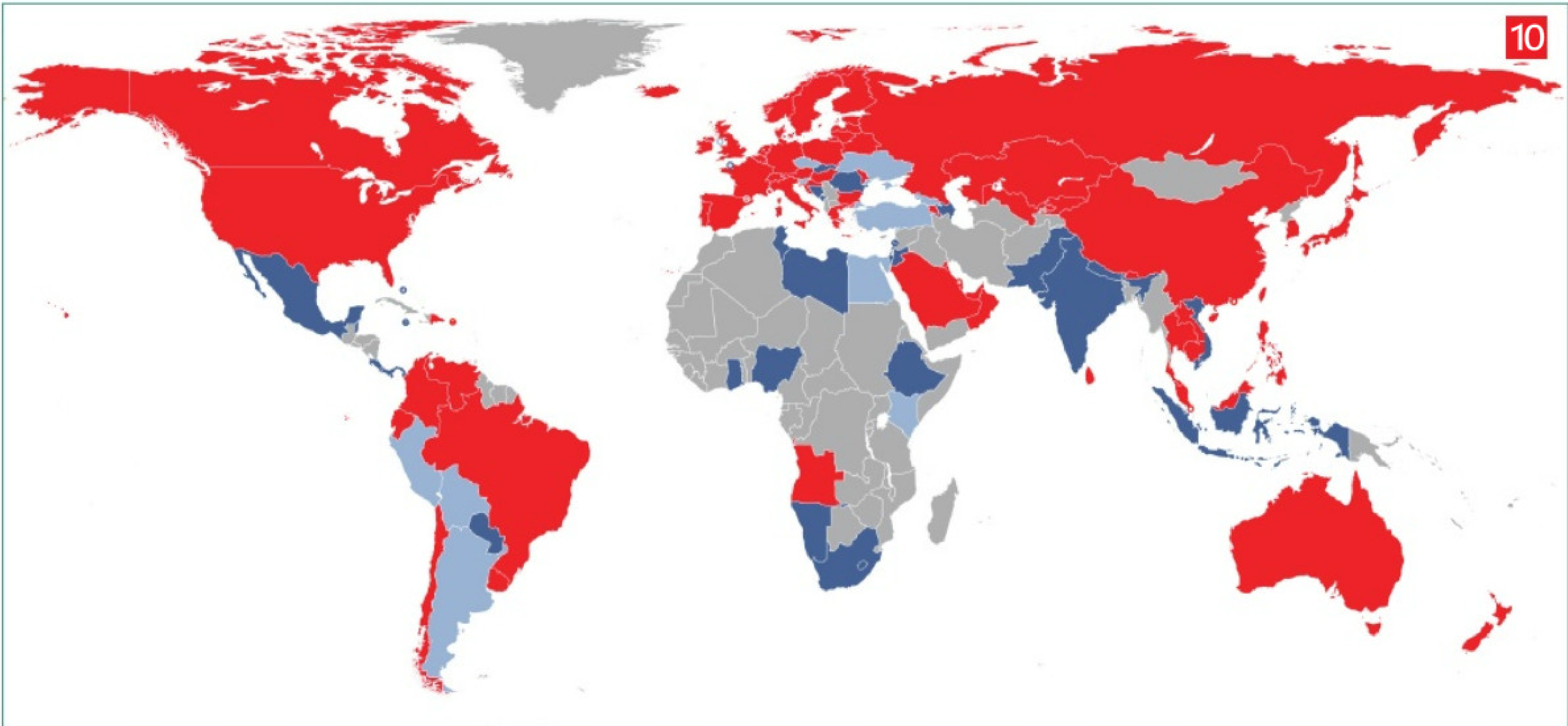
与3G的姗姗来迟相比，内地通信市场的4G标准升级应该算是相当快的，2012年1月18日，国际电信联盟（ITU）正式审议通过“4G”国际标准。2013年12月4日，工业和信息化部向中国移动、中国电信、中国联通正式发放了第四代移动通信业务牌照（即4G牌照），此举标志着中国电信产业正式进入了4G时代，而其后半年左右，各大厂商的旗舰甚至主流手机，同样已经完全进入了4G时代。

4G是第四代移动通信及其技术的简称，它能够提供100Mbps以上的理论下行速度，上行速度也能达到20Mbps，当然这一传输速度只是一种理论极限速度，需要服务商的设备、自身带宽等都足够才能达到，不过在网络建设完成后，4G标准设备能达到比3G更出色的数据传输速度等服务，应该是必然的。

ITU将LTE-TDD、LTE-FDD、WiMAX，以及HSPA+（**图9**）四种技术定义为现



■图9：很多联通3G用户早就在自己的手机上看到过代表HSPA+连接的“H+”图标，有些地区认为这一技术也属于4G标准



■图10：至2014年5月21日，已部署4G（LTE）的国家与地区（红色）、正在部署、准备部署和实验的国家与地区（深、浅蓝灰色）

阶段4G标准的范畴，不过一般认为LTE Advanced才是4G标准的最终形态，另外其中的HSPA+技术，在内地市场一般被认为是3.75G标准，并不作为4G标准看待，否则联通完全可以说自己在2012年，甚至更早就开始提供4G服务了。

4G标准在网络结构、连接技术等方面都有自己的特色，但普通消费者完全不需要了解这些知识，我们希望知道，4G究竟会带给我们那些好处，是否值得选择。

首先，因为4G标准允许从3G进行平滑过渡，因此升级和部署成本较低，用户将可以得到更实惠的数据和通话价格（图10）。

其次，在高速数据通信能力支持下，4G标准已经不仅是简单的通信标准升级，4G手机可以大大改善通话质量，或者让视频通话变得更加实用。

另外，传统通信应用对4G标准来说已经是大材小用，因此4G未来可能会集成更多不同模式的无线标准，替代前面提到的无线局域网WiFi和蓝牙技术，甚至集成广播电视网、卫星通信等能力。与之相应的，就是大量使用4G网络的，原先不可想象的联网设备，如在家电、家居、汽车中集成4G联网能力（图11），用4G摄像机直接传输拍摄信号（图12）、用4G电视直接收看节目、用4G电脑在任何地方随时高速上网等。

4G网络有着巨大的网络连接潜力，而当大量非传统智能设备连接入网后，它们与人们之间的互动、互相之间的互动，会产生一种全新的生活方式，而我们也会看到一种新的互联网形态——物联网。

在4G时代内地用户必须要了解的是，尽管目前三大主要的运营商都使用同样的4G标准，即TD-LTE，但它们使用的频谱是不同的：中国移动有130MHz频谱资源，分别为1880～1900MHz、2320～2370MHz和2575～2635MHz；中国联通获得40MHz频谱资源：分别为2300～2320MHz、2555～2575 MHz；中国电信获得40MHz频谱资源，分别为2370～2390MHz、2635～2655MHz；所以4G手机并不一定能直接支持所有运营商的网络。当然相对于3G时代，同时支持多个运营商标准更加简单，手机芯片厂商甚至已开发出了同时支持TD-LTE和FDD-LTE，以及多种3G、2G模式的多模式芯片，但要做到真正对所有运营商支持，还需要运营商开放通道，否则可能造成锁卡、锁网的问题，而运营商定制机则可能在底层就进行了锁网。

超高速短距网——WiGig

WiGig是一种短距离超高速无线传输技术（图13），它使用60GHz频段，传输速度可达7Gbps（大家可以确认一下，没有看错）。这一技术是由多家业界最有影响力的IT、数码、通信技术公司组成的WiGig联盟（Wireless Gigabit Alliance）所开发的标准，其后与Wi-Fi联盟进行了合作，因此WiGig也就是WiFi的802.11ad标准。





■图11：4G网络非常适合应用于智能交通管理与规划

■图12：使用4G网络可实时监控远程高清无线摄像机的画面





■图13：WiGig标志未来也许会被802.11ad所取代

■图14：戴尔商用笔记本已经开始使用WiGig扩展卓

WiGig虽然拥有超高的速率，但由于使用的频率很高，功率较低，因此穿墙能力较差，也易受干扰，所以7Gbps的速率只能在较小的范围内实现。不过WiGig采用的高频率电磁波波长更短（波长=光速/频率），因此天线体积更小，单个2.4GHz天线模块的大小就可以装入32个甚至更多的60GHz天线，组成“天线阵列”，形成高度定向的电磁波，可提升效率，减小干扰，所以在较理想的情况下可达到100英尺（约30米）2Gbps的速率，在通常情况下也可让中型会议室覆盖1Gbps左右速率的信号。

WiGig在较大空间内的应用能力不见得能赶上802.11ac，但它在近距离的超高速率却提供了特殊的应用方式——取代高带宽和近距离的线缆。

尽管目前很多设备已经实现了数据无线传输，构建一个完全无线化的IT应用环境也并非不可能，但传输带宽却很难让人满意，例如无线USB技术并不能达到目前主流的有线USB 3.0接口速率；而无线视频刚刚实现全高清视频的低延迟传输，4K标准已经成为新的热点。

在这些高带宽有线接口的连接范围内，WiGig能达到有过之而无不及的高速率，而且没有线缆的束缚，可以轻松地与多个设备连接，替代HDMI、DisplayPort等接口传输高品质视频；替代USB 3.0、Light Peak接口进行高速数据传输；甚至替代目前PC上的各种连线或无线标准，用来连接近距离的外设产品，如键鼠、显示器、耳机、音箱等。

在WiGig的发展过程中，还出现了更具野心的wPCIe规范，芯片组与外设之间的PCI-E总线连接通过WiGig无线技术完成，可以让高速PCI-E设备实现外置，设计和生产高速无线扩展卓（**图14**）等产品。当然其中最值得期待的就是显卡。如果能实现高速显卡的外置，笔记本就能做到外形轻薄，易于携带，同时又能随时连接无线高端显卡，获得出色的游戏能力。

甩掉电缆线——无线充电

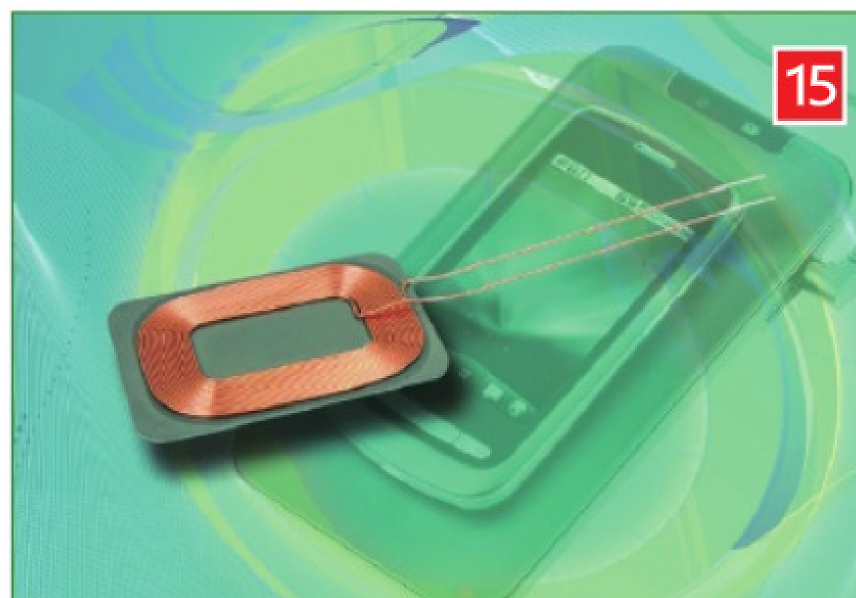
当我们希望数码产品，特别是各种随身数码设备能方便地随时随地使用时，总有一种烦恼难以解决，那就是供电问题，尽管很多设备的续航时间已经达到了几个小时甚至全天，但只要我们还时不时需要连接充电线，外出时必须带上充电器或者后备电源，那就不能算是真正的自由。

目前的无线充电设备主要采用Qi和PMA标准，基于电磁感应原理，在发射端（充电器）发射电磁波，同时在接收端（数码设备）用感应线圈接收电磁波，通过电磁感应原理产生电流（**图15**），对电池进行充电。目前的大多数无线充电产品都是直接只用平面线圈发射和接收电磁波，为了保证接收效率，发射端与接收端形状大小方向等要尽量保持一致，且距离越近越好，这实际上也造成了一定的不便，因此普及较慢。

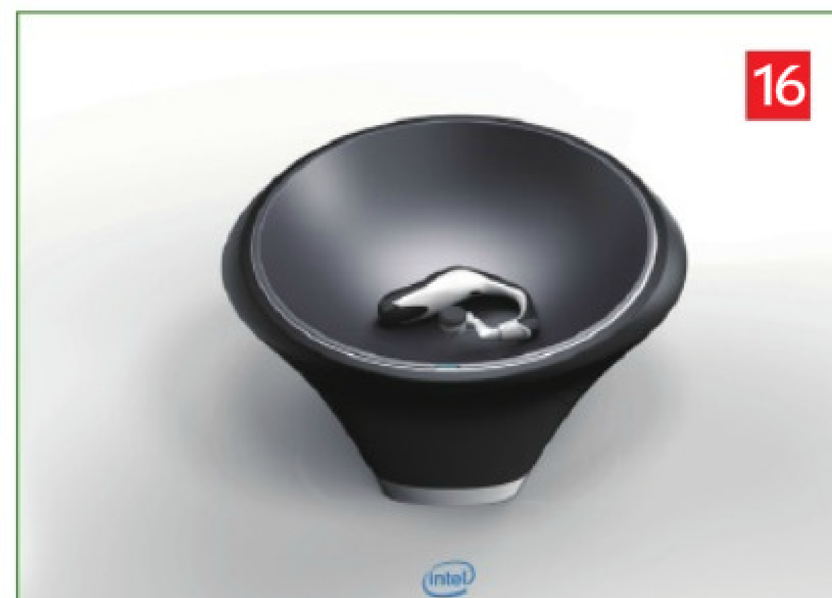
目前基于磁谐振技术的无线充电的A4WP无线充电标准已经逐渐成熟，它对方向、距离的限制更小，而且可支持多个设备同时充电，例如使用**图16**中的“充电碗”，或者集成在笔记本侧面、咖啡桌等部位的发射端，就可为随意放置在其上和周边的数码设备进行充电。

当大量设备可以直接进行联网和数据交换时，一种全新的智能体验也会产生，例如在智能汽车的设想提出时，雷达、立体摄像头、高速计算机和强大的操控软件，甚至对道路的改建都是必不可少的，但我们将汽车全部联网后，位置、状态、下一步行动等信息可以即时共享给周边车辆，能够大大简化这些配置，让智能交通向前迈进一大步。而在智能家居中，原先必须部署的大量传感器也可以大大缩减，例如智能冰箱不用安装传感器，内置数据库，自行分析食品情况，只需要扫描食品标签并联网查询数据库就能了解其新鲜程度、容量、营养物质等信息，进而为用户提供健康建议、建议食谱、采购提示，甚至自动从网上购买食物。

虽然这样的场景离我们还很遥远，但相信不断发展的无线技术，会把智能化时代更快地“推送”到我们面前，就像现在将信息更快地推送到我们面前一样。P



■图15：目前的无线充电主要是利用感应线圈，通过电磁感应进行无线电力传输



■图16：A4WP联盟成员Intel展示的可同时放置多个设备的“充电碗”

化繁为简新生活
智能随身设备



■天津 Mishima
河北 Cherry

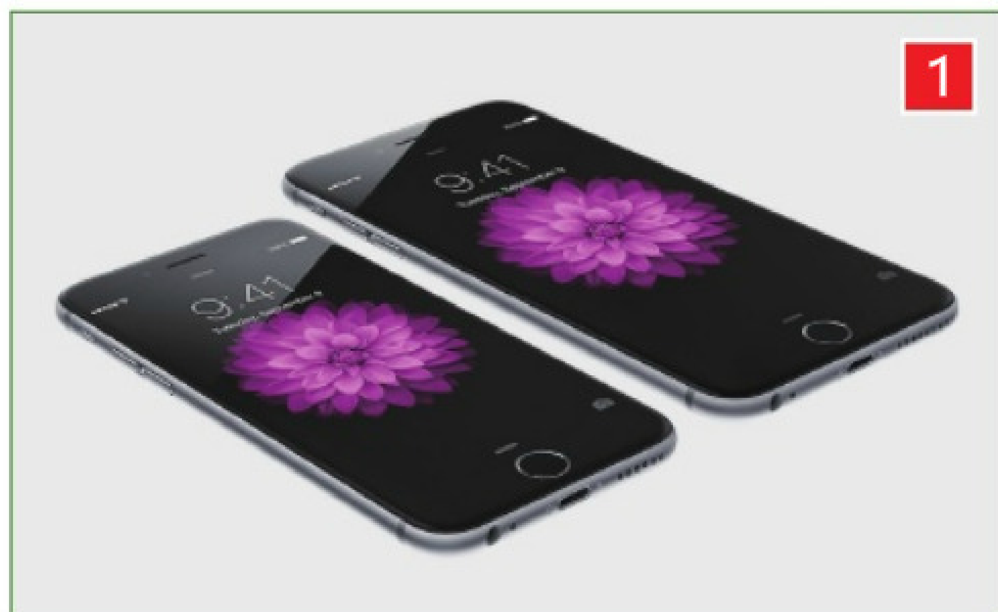
手机和平板电脑的高速发展，让它们拥有了作为高性能计算核心的能力，而以其为中心的各种智能随身，甚至穿戴设备逐渐成为未来的大趋势，正在改变我们的生活方式。

随身服务器——4G设备

我们认为智能手机与平板电脑在随身设备中应该充当通讯、计算、存储中心的角色，所以其性能与高速通讯能力是我们考虑的重点，在如今的时代，中高端4G产品当然是首选目标。

iPhone 6/ iPhone 6 Plus

作为智能手机领域"疯狂九月"里最引人关注的一款手机，苹果的最新一代iPhone如约于北京时间2014年9月10日凌晨1点揭开了它本已不怎么神秘的面纱。鉴于iPhone系列手机的影响力，这两款最新iPhone 6手机的很多数据其实早在半年前就被泄密了——一款4.7寸屏、一款5.5寸屏已是尽人皆知（图1），其特点鲜明、争议不小的后盖设计也早早出现在了林志颖的微博里。



■图1：同一代iPhone中，第一次出现了两种尺寸

相比于Android手机近年来无限制地攀比硬件规格，苹果的iPhone系列步伐仍然稳健，其后置摄像头仍然停留在800万像素上，屏幕尺寸与分辨率虽然变化巨大，但也仍然不如Android旗舰机型。苹果将重心放在了更为核心的技术环节而不仅仅是增加硬件规格，比如A8处理器、M8协处理器等核心组件就让iPhone 6在流畅度上更上了一层楼，而且在确认了NFC近场通讯技术的移动支付等应用能力成熟后，才终于集成了这一功能。

作为一款支持全频段4G的智能手机，iPhone 6是那些追求高品质通讯的用户必然之选，其搭载的最新iOS 8系统支持与Mac、iPad、iPod等产品和iCloud、iTunes等服务无缝对接，再加上Apple Watch，让苹果生态系统成为目前最为完善的典范，iPhone 6本身当然也就是随身服务器的首选产品。

虽然截至笔者结稿之时，iPhone 6因为种种苹果无法明言的原因仍未在中国内地上市，不但没有首发，连第二批上市名单中都不包括我国内地市场。不过，iPhone 6全面支持内地三网4G，并且无法舍弃内地市场，相信喜爱苹果系统的用户必将拥有这样一款强大的4G随身服务器。

LG G3

作为LG推出的2014年最新旗舰手机，G3用自身各种惊艳的设计宣告它不仅仅是G2的升级版，更是在2014这个智能手机搏杀之年里不可小视的一款野心之作（图2）。比如2560×1440的分辨率就超越了大多数同时期的竞争产品，不过在5.5英寸的屏幕上，其精细度与1920×1080分辨率的差别很难用肉眼观察出来，但高分辨率造成的透光









■图2：LG G3

■图3：三星Galaxy S5

■图4：小米4

■图5：华为荣耀6

率降低等问题，却无疑会使背光的功耗与成本增加。

G3的背面较之上一代也有了一些变化，虽然整体材料仍为塑料，但LG为它添加了一层金属拉丝，使之手感更好。在三星Galaxy S5、一加手机纷纷在后盖上用皮革、竹子等材料开始做文章时，G3的金属拉丝却是其中手感最好的之一，既保留了塑料材质的轻便，又最大限度地接近了金属手感。

全面支持三网4G是LG G3的另一大优势，配合双卡更是如鱼得水。虽然它并没有像很多怪兽级手机那样配置了八核处理器，但得益于LG系列一贯的流畅度，作为4G随身服务器绰绰有余。

三星Galaxy S5

三星Galaxy S5更多的特色是在时尚方面，它有可能是最有名的Android旗舰手机系列，伴随着都教授等韩剧明星的宣传，这款手机更为女性用户所青睐（**图3**）。从数据上看，Galaxy S5除了在摄像头、防水、配色等方面比较出色外，其余的配置并不能算Android手机中的顶级，比如它采用的2GB RAM，1920×1080分辨率等都维持了S4的水平。尽管如此，笔者还是将Galaxy S5放到了4G随身服务器推荐榜单里，完全是得益于三星整个生态系统的完善，比如智能手表等可穿戴设备。可以说在众多Android定制品牌中，只有三星、小米等少数厂商形成了自己的生态系统，而其中三星的生态系统是最为强大的。

小米4

在国产4G手机推荐名额上，笔者犹豫了很久，其实包括魅族、华为在内的许多手机都是候选者，不过最终笔者还是优先推荐这款小米4（**图4**），理由也很简单，那就是小米公司是最早一批成立“可穿戴设备研发中心”的国产手机厂商，也已经推出了智能路由、电视盒子、平板电脑、手环等一系列产品，拥有自己较完善的硬件生态圈。虽然雷军嘴上声称并不看好可穿戴设备，但一向明修栈道暗渡陈仓的他很可能是在麻痹其他厂商，因为包括小米手环在内的可穿戴产品已经发布了。有传言小米近期也将发布一款可用来拍照的可穿戴设备，这些都为小米生态贡献良多。

至于这款目前支持移动4G的小米4手机，将来很有可能就是小米生态系统的核心，堪称随身服务器。在配置上，小米4的四核高性能处理器和3GB内存为支援其他设备提供了很好的动力，MIUI系统也可以说是国内Android定制系统中较为优秀的一种，是那些喜爱国货的用户最佳的选择之一。

华为荣耀6

在华为的新战略中，荣耀将作为独立的子品牌进行推广，而且基于华为的强大实力，荣耀品牌初一露面就已经拥有了全面的产品，与小米多年经营后的布局非常相似，配合荣耀6（**图5**）、荣傲3C、荣耀3X、荣耀平板的有荣耀立方路由器、荣耀手环等一系列产品。在8月刊的“新品初评”栏目中，已经有这一手机的详细评测，这里就不再赘述了。

iPad air 4G版

iPad air仍旧是平板电脑中最优秀的产品之一，性能、外观、便携性、续航、周边支持等都相当出色。与普通版iPad air相比，4G版iPad air的背面多出了一条塑料壳体，





■图6：4G版iPad Air背面的4G天线位置非常明显

■图7：Apple Watch的界面与操控方式很独特

■图8：Apple Watch可搭配各种时尚表带

■图9：Moto 360智能手表





用来容纳天线（图6），机身右侧也多出了一个nano-SIM卡槽，除此之外与基本版iPad air并无太大差别。

贴身贴心——智能穿戴设备

智能穿戴产品无疑是目前最火热的数码产品，从最著名的数码厂商苹果、Intel，到一些名不见经传的小厂商，都在研发和生产相关的产品，让我们挑出一些典型产品为代表，了解一下它们吧。

Apple Watch

对于熬夜观看苹果2014年新品发布会的果粉来说，若干年后一定会记得这场略显奇怪的发布会。首先，iPhone 6的展示部分很快便开始了，丝毫没有什么铺垫和煽情，这很可能有两个原因，其一是因为距离发布会开始半年前就已经泄露了iPhone 6的真容，其二则是因为随后公布的新产品Apple Watch才是重头戏。虽然Android系统的智能手表，包括三星、摩托罗拉等大品牌的产品早已问世，但传闻中的iWatch才是数码产品爱好者最为期待的智能手表。

短短的一两年内，众多iWatch的民间设计图出现在网络之上，更是增加了这款产品的神秘性。但是，今年9月9日这场发布会却让人们大跌眼镜，其一是iWatch的名称变成了Apple Watch，没有延续苹果i系列产品的命名方式；其二就是它的外形丝毫没有设计图中大家期待的那样科幻，而是中规中矩，甚至还是方形的（图7），并且像本次的iPhone一样同时推出了两个尺寸。从战略上看，这样的设计其实是正确的方向，因为苹果在功能上并没有把Apple Watch当作一款手表去设计，它其实是一种佩戴在手腕上的新型时尚数码设备，还能搭配多样的表带以彰显个性（图8），只是带有时间显示功能而已。同时苹果在操控和应用上也没有把Apple Watch作为一款小型化的手机，从操控方式到界面都有自己的特色。

Apple Watch虽然没有明确电池容量，但根据多方暗示可以看出仍需要每天充电。这样一款智能手表能否走得更远，其实只能寄希望于生态系统，也就是应用的质量、数量了，好在苹果一向在这方面有很大优势，它也许不会成为iPad那样成功的一条新产品线，但应该也不会像谷歌眼镜的处境那样尴尬。

Moto 360等Android手表

作为今年层出不穷各类穿戴数码产品中最受人期待的一款，Moto 360以其独特的科幻感十足的外形赢得了不少掌声（图9）。这款智能手表采用了Android Wear操作系统，与Android手机搭配使用极其流畅。Moto 360拥有512 RAM内存和4GB存储空间，320×290的1.56英寸屏幕，但是TI OMAP 3处理器还是略显古老了一些，电池容量为320mAh。从配置上看，Moto 360并没有显示出比三星智能手表更强大的数据，不过后发优势让它的设计更加成熟，因此更受欢迎。尽管其巨大的“表盘”和厚度（图10）几乎已经是普通用户能承受的极限，但moto 360的续航仍然让人难以满意，据用户反映，正常使用也只能坚持一天半左右，同样需要一天一充。

也许是意识到Android系统的局限性，三星智能手表（图11）有从Android系统转


■图10：Moto 360的体积相当大


■图11：三星Gear智能手表









■图12：雷蛇纳布天神智能手环支持微信，在信息、监控和续航之间取得了较好的平衡

■图13：荣耀手环的设计思路与纳布天神类似

■图14：捷波朗搏驰智能耳机及其App

■图15，16：耳罩为触控板的派诺特Zik耳机，与手机App配合实现智能应用和操控

向自家Tizen操作系统的计划，但这样却又有系统较为封闭的嫌疑。关于这一产品和其他Android手表，目前的测试已经较多，我们这里也不进行详细讲解了，感兴趣的读者可以自行查阅。

雷蛇纳布天神等智能腕带

2014年7月24日，已经从游戏外设厂商转变为互动设备与软件厂商的雷蛇（Razer），推出一款集时间显示、身体监控、手机信息提示等功能于一身的智能腕带——纳布天神（图12），并且宣布这款产品将完全整合微信，成为全球首款拥有社交功能的智能腕带。

对于这款产品，笔者其实并不关心它的具体配置，而是对其先进的设计理念表示由衷的赞叹。因为我们都知道，智能腕带一向是作为健康类可穿戴设备为大家所熟知的，但为其加上社交元素，使其同时具备一些智能手表的功能，则是比较少见的设计。尤其是雷蛇很接地气地与腾讯的微信展开合作，这都让纳布天神更适合中国用户购买使用，近期，腾讯更是与这款智能腕带合作，开展了将纳布天神与《天天酷跑》结合起来的“Nabu酷跑计划”，雷蛇也将为《天天酷跑》定制化生产酷跑版的纳布天神，可谓强强联合。

与纳布天神类似的腕带还包括荣耀手环（图13）等产品，它们拥有和智能手表类似的传感能力、只能用来显示简单文字信息和提示的显示屏，传感器信息的深入分析、长时间存储等都依靠手机等智能设备。可是这些手环/腕带却拥有更出色的续航时间、轻巧的体型，以及相对低廉的价格，从某种意义上说，它们才是新一代的电子化手表。这些智能化腕带的出现，让手腕上的智能穿戴设备真正走近了普通消费者，也将仅有简单传感能力的第一代所谓“智能”手环的“面纱”完全撕掉，将其推到市场最低端。

捷波朗搏驰无线耳机

大家都认为可穿戴智能设备是近些年才兴起的新事物，但如果从严格意义上讲，包括无线耳机在内的大家耳熟能详的一些产品都算可穿戴设备，而拥有语音控制等简单智能交互能力的无线耳机也早已悄然面市。作为在通讯、音频领域有着强大研发能力的公司，捷波朗（Jabra）的搏驰（SPORT PULSE）蓝牙耳机更进一步，将运动检测功能也集成到耳机中，通过内置的Sport Life App以及心率监测器为用户提供所需的各种运动数据资讯。

搏驰的音质不逊于任何无线耳机，而整个外观设计不但美观而且十分耐用，尤其是防汗功能非常出色——毕竟购买这款产品的用户肯定大多会选择在跑步机上使用它，边听音乐边检测身体数据，因此防汗就很关键了。另外通过在手机中安装应用程序，它还可以根据心率等数据分析运动情况，在播放音乐的同时进行实时的语音指导训练，真正实现智能化应用（图14）。

派诺特Zik耳机

耳机作为最常见但却总容易被忽视的可穿戴设备，其实大有文章可做。相比搏驰无线耳机融合了心率监测器，这一款派诺特（Parrot）Zik蓝牙耳机则更关注操控的智能化，通过搭配的触摸面板进行操作音频播放和接打电话功能（图15，16）。

派诺特Zik耳机外形十分惊艳，有高贵黄、玫瑰金、与神秘黑三种颜色的面板选择，而且其侧面板不仅起装饰作用，更是真

正的触摸屏。用户在侧面板上用手指轻轻滑动，便可以调节音量、选择音乐、接打电话。另外它带有头部检测功能，可以自动检测出用户是否佩戴了耳机。比如用户将耳机从头部摘下放在颈部，那么音乐便会自动停止，而再次戴上后，会继续播放，十分人性化。

在耳机的传统功能方面，Zik搭载的专利主动式降噪以及DSP（数字信号处理）算法让这款耳机所呈现的音质十分自然，可以做到很好地“脱机感”，也就是让用户不会感觉到音乐来自左耳或右耳的扬声器，而是感觉置身于一个真实的空间内，体验最真实、悦耳的音效。另外它还通过专利降噪技术及颌骨导传感器技术，为用户提供了更高品质的语音通话能力。

○其他

除了前面提到的智能穿戴设备外，还有一些相当有特色的，通过无线技术实现智能化应用的随身产品，它们或者是仍未投入市场，或者虽然小巧但并不能穿戴，又或者在应用方面略显不足，不过总体来看，它们也都是相当有趣的现代无线应用产品。

Misfit Shine等“智能”手环

智能手环是轻度可穿戴设备中最早出现也是目前最常见的产品类型，它简洁轻便，但功能较为单一，只是检测用户健康和运动状况等数据。Misfit Shine智能手环曾经出现在苹果官方iPhone5s广告之中，它随意的佩戴方式、独特的与手机搭配手法都使其成为了智能手环中的佼佼者（图17）。

虽然被称作智能手环，但Shine这款产品不仅可以佩戴在手腕上，如果用户将它的主体从皮带上解下来，那么它还可以摇身一变成为一颗纽扣戴在裤兜、上衣之上（图18），同时它还有很多配件如挂饰等等可以用来搭配。这款产品的主要功能也是检测用户的身体数据和运动数据，然后与手机上的应用程序相搭配，给出一个健康指数，支持骑车、跑步、网球、篮球、游泳等多种运动项目的监测。它与手机的搭配方式比较新奇，这一点在苹果官方广告中可以看出来，那就是把这颗“纽扣”放在打开蓝牙的手机屏幕之上，屏幕上便会有这一个融合的动态效果，科技感十足。

需要注意的是，这一类似的产品的如小米手环（图19）等由于缺乏反馈能力，与用户的交互能力甚至不如前面提到的智能耳机，所以笔者认为它们并不算真正的智能化产品，只能算是一种延伸的手机传感器。目前这些产品的价格在百元左右较为合适，Misfit Shine等产品虽然设计出色，但目前的价格显然并不值得推荐。

派诺特Rolling Spider & Jumping Sumo

在前面提到的派诺特旗下，还有两款有意思的无线智能产品，那就是被称为“翻滚蜘蛛（Rolling Spider）”的迷你无人机以及“跳跃相扑（Jumping Sumo）”迷你越野车。这两款玩具并不算是可穿戴设备，但相对于类似能力的智能玩具，其小巧的体积完全能装在口袋里随身携带，因此应该是相当不错的随身智能产品。玩家可以通过智能手机和平板电脑操纵它们，还自带了免费的Free Flight 3游戏。值得一提的是，Free Flight 3还有Windows Phone 8.1版本，诺基亚用户不妨尝试一下。

Rolling Spider是一款迷你无人机，可在室内和室外环境中高速飞行，由智能手机操控做出自由飞行、快速翻转等动作。更为新奇的是它能够借助可拆卸轮子从地板一路滚向天花板，趣味十足（图20）。Jumping





■图17,18：可将主体拆卸下来，佩戴方式多样的Misfit Shine智能手环





■图19：小米手环的设计特色和功能与Misfit Shine类似

■图20：可搭配轮子的Rolling Spider迷你无人机





■图21：带有摄像头的Jumping Sumo遥控越野车
■图22：曾经热炒的谷歌眼镜迟迟不能商品化





■图23，24：百度眼镜极其特殊的佩戴方式，它更像是为用户增加了一只眼睛而非眼镜

Sumo则是一款极具个性的越野车，可完成滚动、急冲、“之”字行走、转圈等动作，可进行90°转弯并在进行80厘米的跳跃。此外，其内置摄像头可使操控者进行第一视角操作，体会探险的乐趣（**图21**）。

谷歌眼镜

2012年谷歌震惊世界的谷歌眼镜，全称是“谷歌拓展现实眼镜”，其设计目标是拥有同智能手机一样的功能，可以通过用户声控拍照、视频通话、通过地图辨别方向、上网、处理信息和电子邮件等（**图22**）。

虽然谷歌眼镜一面世便受到了广泛关注，但应用软件的缺乏以及糟糕的续航（半天一充）都严重降低了实际体验，而且它对隐私的侵犯使得很多地点不允许佩戴，所以尽管开发版已经出现了较长时间，却一直没有推出量产版，热度反而在逐渐降低。

但无论如何，这款配置了500万摄像头、小型显示装置、Android系统的谷歌眼镜确实是可穿戴设备的先锋，正是它充满未来风格的外形和设计理念引领了可穿戴设备的风潮。谷歌眼镜虽小，但其中蕴含的技术十分先进，目前还很少有厂商能做出类似的设备，也许谷歌眼镜不会成为流行的产品，但在人类科技历史上注定会有一席之地。

百度眼镜

百度眼镜（BaiduEye）可以看作是一款完全与谷歌眼镜反向思维的作品，它佩戴方向相反（**图23**），应用方式则是围绕摄像头而放弃显示能力，信息回馈通过手机屏幕和耳机实现，感觉其更准确的名称应该和英文一样，是“百度眼”（**图24**），与“眼镜”没有什么关系。其特色应用是用摄像头识别物体信息、远程视频（传输百度眼镜摄像头拍摄的画面，并用手机屏幕接收对方画面），其他如拍照和导航、WiFi定位与室内信息推送等功能则意义不大，用手机完全能做得更好。最奇怪的是百度眼镜的智能个性化信息推送（被动推送）功能，即根据用户所处的状态，参考大数据分析的用户个人资料，推送当时当刻用户最感兴趣的信息，这一功能似乎过于玄幻，竟然宣称能预判用户需求，另外也有侵犯用户隐私的嫌疑。

就在本期制作时，美国IDF（英特尔开发者论坛）正在举行，穿戴设备同样是最火热的议题和最受关注的产品类型，一大波更有趣、更个性，也更实用的智能穿戴产品已经向我们走来（**图25,26**）。P



■图25：已经被广泛应用的智能身份牌



■图26：Intel智能穿戴设备概念产品

人人都有“未来之屋”
无线智能家居



■贵州 冰河洗剑

物物相联的“物联网”，让生活智能化的“智能家居”等概念，在新的无线技术支持下重新兴起，不再需要大量高端感应器和独立分析处理能力，智能家居变得更加简单。

无线技术的竞技场

其实早在十几年前，智能家居的概念就已经出现，但一直受制于技术的限制难以推广应用。1998年，微软比尔盖茨为自己建造过一座智能化的豪宅“未来之屋”（图1）。但是包括“未来之屋”在内的早期智能家居都是采用有线布置建造的，在智能化体验上大打折扣。有线布置的智能家居不仅造价高昂，而且在布线上非常复杂麻烦，必须在家装之前提前穿墙布线。改造已入住的家居就要重新穿墙布线，必须破坏墙体才能将线路埋入墙内，是一项费力且破坏性的繁琐工程。而且有线的智能家居在线路在维修时诊断故障时极为不便，系统要升级更新更是非常困难。

无线传输技术的不断发展更新，无线解决方案的出现，为智能家居带来了全新的发展机遇。各种无线技术纷纷拥抱智能家居，智能家居领域成了各种无线技术比拼优劣的竞技场。目前智能家居使用的无线技术主要是蓝牙（BlueTooth）、WiFi、RF和ZigBee等几种类型（图2）。

耳熟能详的蓝牙传输

说起蓝牙技术，大家都很熟悉，智能手机出现之前，我们最常用的手机文件分享方式就是蓝牙传输。蓝牙技术属于一种点对点、短距离的通讯方式，它的出现使





■图1：比尔盖茨的“未来之屋”是早期智能家居的典范

■图2：主流智能家居领域所采用的几种无线技术

无线技术与“未来之屋”

在大多数智能技术仍只是雏形时，比尔盖茨就耗资6000万美元（最终造价1亿美元）建造了自己的高科技别墅“未来之屋”，成为普通人的智能家居梦想（图3）。

“未来之屋”的大门设有气象感知器，电脑可根据各项气象指标，控制室内的温度和通风的情况。来访者通过出入口，其个人信息、包括指纹等，就会作为来访资料储存到电脑中，来访者在家中的行踪通过感应器可以一目了然。室内所有的照明、温湿度、音响、防盗等系统都可以根据需要通过电脑进行调节。地板中的传感器在感应到人来时会自动打开照明系统，在离去时自动关闭。客厅冰箱上的液晶显示器能列出保存的食物清单，厨房水槽能够根据使用者的身高调节高度，而排风机会根据油烟浓度自动开启。厕所安装了一套检查身体的电脑系统，如发现异常，电脑会立即发出警报。庭院中灌溉系统采用先进的传感器，能根据树木的需水情况，实现及时、全自动浇灌……

作为早期的智能家居代表，“未来之屋”的造价之高与工程之复杂让人咋舌，相对独立运作的各部分需要部署大量高端传感器进行自我控制，这无疑占据了相当部分的成本。然而正如此后比尔·盖茨所言：“独立的智能家居早晚会被取代，未来的智能住宅最大的特色即为‘整合’：将由一套完整的网络服务将房屋内的灯光、保安、音频、视频等一系列自动化程序整合在一起。”

如今随着无线技术的发展，一个统一的智能家居控制中心已经出现，家庭中所有不同品牌不同种类的家电以及家居设备，全都能互联互通进行交互控制，而且仅仅只需要对房间进行简单的改造就可以实现。



■图3：“未来之屋”造价极为高昂，以致于有人脑补认为是因为有大量反苹果产品的设施

得短距离无线通信成为可能。但是由于其协议相对较复杂、功耗比较高、成本也高等，特点不太适用于要求低成本、低功耗的智能家居应用。

蓝牙最大的障碍在于传输范围受限，一般有效的范围在10米左右，抗干扰能力不强、信息安全问题等问题也是制约其进一步发展和大规模应用的主要因素。因此在智能家居中，采用蓝牙技术的产品通常是一些较为私人化的单品，例如智能秤、智能手环、智能标签、智能门锁等。

智能家居体验入口，WiFi智能路由

WiFi是目前应用最为普遍的无线技术，在家中或公共场合我们都会使用手机WiFi无线上网。WiFi也是一种短距离无线传输技术，可以随时接入无线信号，移动性强，比较适合在办公室及家庭的环境下应用。目前基于WiFi技术的智能家居产品也很常见，其优势在于传输速率快，且产品成本低，用户完全可以利用现成的WiFi网络组建智能家居，省时省力。

但是WiFi也存在着很大的缺陷。由于WiFi采用的是射频技术，通过空气发送和接收数据，使用无线电波传输数据信号，比较容易受到外界的干扰。数据包在传送的过程中都可以被外界检测或接收，信息安全是很大隐患。此外，WiFi的组网能力也相对较低，目前一般家用路由器或AP提供的WiFi网络所能容纳的设备节点仅有10余个，而在实际家居环境中，各种开关、照明、家电设备等数量很多，难以满足需要，高端家用或商用产品则相对较贵（参见本期“新品初评”栏目）。

因此，WiFi无线技术主要是被一些简单的体验型智能家居产品所采用，通过智能路由器代替智能家居网关的方式实现家居控制。虽然这些智能路由器所能实现的功能较为简单，但正是由于其低成本和安装设置的便利性，正成为目前国内炙手可热的智能家居竞争领域，各大厂商都在推出各种智能路由试图抢占智能家居入口。例如小米推出的智能路由（图4），果壳科技推出的“魔豆路由器”，已具备初步的智能家居控制体验功能，而奇虎360、百度、迅雷、极路由等也推出了智能路由器，并准备向智能家居方向扩



■图4：小米路由涉足智能家居





■图5：传统家电厂商海尔推出的智能路由器应用

■图6：智能家居的安防模块中，红外探测器、门磁、煤气监控、烟感等各种监控报警器均采用RF射频技术

张。传统家电厂商如海尔等，除了有自己的一整套智能家居控制系统外，也推出了入门级的海尔智能路由器（**图5**）。

主流的智能家居无线技术RF

RF（Radio Frequency，无线射频）是一项非常成熟的无线传输技术，早已被广泛应用于制造、物流、零售、交通等行业的应用。在我们的日常生活中，所接触到的摇控器除了红外的就是RF射频的，大部分电动窗帘、车库门、汽车摇控等都是采用的RF射频技术。

正是由于RF技术早已应用于日常生活，因此建立于其基础之上的智能家居系统，可以更好地控制目前现在的家居设备。RF无线射频技术具备近距离、低复杂度、低功耗、低数据速率、低成本等特点，这种技术的优点使得智能家居中大部分产品设备无需重新布线。利用点对点的射频技术，可实现对家电、灯光、各种报警器监控器等的控制（**图6**），安装设置都比较方便。

当然由于RF是点对点的，组网不太灵活，需要通过增加中继器的方式来解决。另外RF的传输速度相对后面介绍的Zigbee技术等也比较慢，无法在家居联动控制中自由控制间隔时间。但事实上，现在无论是国内还是国外的智能家居市场，RF都是占据主流地位的。即使是采用ZigBee技术为核心的智能家居，在实现家居智能安防控制时，也必须兼容RF技术。目前，国内许多智能家居采用的都是RF技术，如聪明屋、KOTI、尼特、紫光物联等。

ZigBee带来最佳的智能家居体验

ZigBee是一种比较先进的国际通行的无线通讯技术，具有短距离、低速率、低功耗、低成本、自组网、低复杂度、安全可靠、高扩展性等各种优势，并且支持双向控制反馈（**图7**）。

Zigbee的传输速度比传统的RF射频要快许多，尤其是在实现所有家居设备一键智能控制时，Zigbee的控制反应速度很流畅，而RF则会有一定的延迟。与WiFi、蓝牙相比，ZigBee的每个网络端口可以最多接入多达6.5万多个端口，是别墅、豪宅等大型建筑构建智能家居系统的首选。

尤其值得一提的是Zigbee的自组网功能，这也是ZigBee智能家居的区别于其他无线技术的一个重要特点，它可以无限制地添加智能设备，做到即插即用，快速方便。而且在Zigbee的网状网组网方式中，每一个设备既是发射器又是接收器，相互之间也可以传输，便于构建大型网络（**图8**）。每一个设备都可进行发射和接收，相当于网络中的一个中续器，这种方式能够解决蓝牙、WiFi和RF等无线传输方式中信号被干扰阻隔的难题，不用担心楼层、墙壁等的阻隔干扰信号。

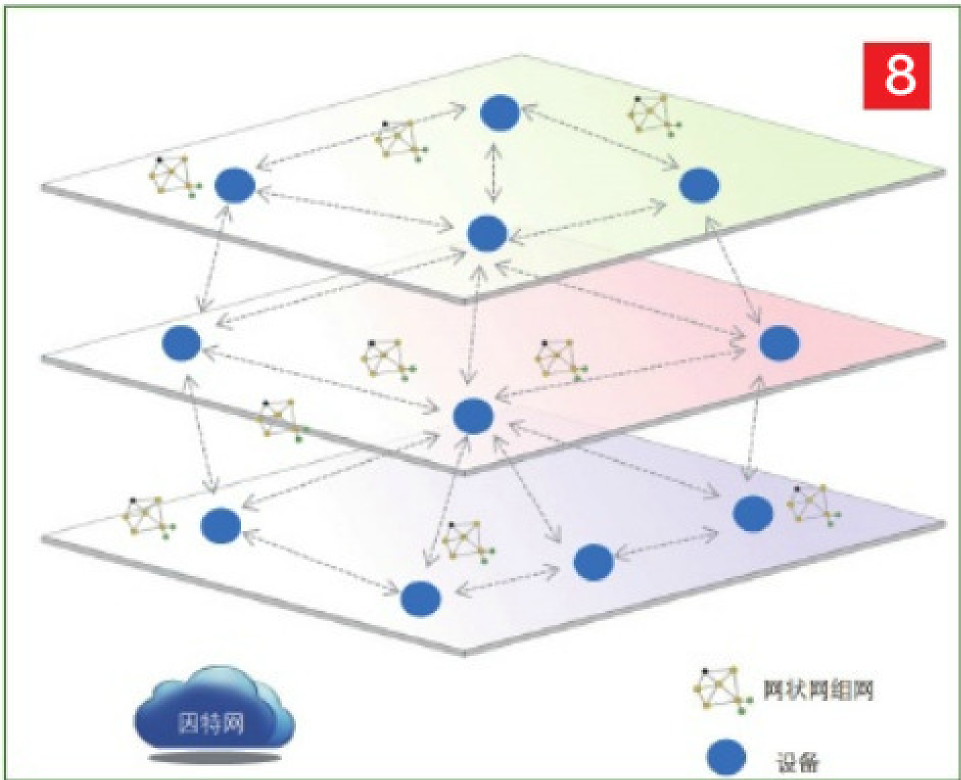
目前使用ZigBee技术的智能家居系统有欧瑞博等知名品牌。除了上面介绍的几种主流协议外，还有Zwave、以及家电厂商海尔等使用的自主开发的无线通信协议等。

最经济的智能家居体验方案

相对于专业智能家居的RF和ZigBee技术产品，采用WiFi无线的各种智能路由无疑是初步体验智能家居的最经济方案。专业级的RF和ZigBee智能家居产品价格不菲，前者价格在数万元，后者在十余万元



■图7：Chipcon、Motorola以及飞利浦和三星等国际知名公司共同创建新兴的ZigBee技术联盟



■图8：Zigbee的网状组网方式



■图9：欧瑞博WiFi智能插座价格很便宜



■图10：WiFi智能插座工作状态

左右，而WiFi智能路由器价格仅有一百多元（不含硬盘等附件），极为经济。

除了WiFi路由器外，各智能家居厂商还推出了利用WiFi技术的智能插座，价格更为便宜，适合对智能家居感兴趣的用户进行初步体验。下面让我们来看一些比较经济实用的智能家居方案。

让普通家电智能化的WiFi插座

ORVIBO欧瑞博是国内一家专业的智能家居厂商，也是ZigBee联盟中国成员之一。除了致力于领先的ZigBee技术产品开发，欧瑞博也推出了采用WiFi技术的各种微智能产品，让入门用户进行智能家居初体验。欧瑞博的这款WiFi智能插座，售价也仅仅在200元左右（**图9**）。

欧瑞博推出WiFi智能插座OR-WiWO-S20，采用最新研发的SmartLink闪连技术，在短短的几秒内即可轻松连接到WiFi路由器，通过WiFi/2G/3G网络，快速实现对饮水机、电热水器、风扇、灯光和电饭煲等电器的本地或远程无线控制。OR-WiWO-S20还智能支持实时状态反馈，可将电器工作状态实时反馈到客户端，保证远程操作控制电器的可靠性和安全性。这款产品无需增加其它智能设备或对传统家电进行改造，直接与众多家电产品组合起来，就可以进行充满乐趣的智能家居交互操作。

1.一步简单安装

欧瑞博WiFi智能插座的长为103mm，宽为63mm，高为30mm，体积并不是很大，它采用新国标5孔设计，可以轻松应对各种类型的插头，比如扁头、圆头、方头、两脚、三脚等等，都可以使用。其连接使用方法也极为简单，将欧瑞博WiFi智能插座插上原有的插座，再将各种家电的插头插在WiFi智能插座上，即可让传统的旧家电变成智能化了（**图10**）。

2.下载WiWo控制端

在进行家电智能化控制前，首先要用手机下载欧瑞博WiFi智能插座手机客户端WiWO，Android/iOS系统手机都可以去应用商城搜索WiWo进行下载。欧瑞博WiFi智能插座的包装箱上也有二维码，方便用户直接扫描下载。

WiWo应用可以配合欧瑞博WiFi智能插座对家电进行控制。只要对应的智能手机联上网，就可以在全球的任何地方控制任何家电。WiWo还支持多个定时任务的设置，让您可以根据您的生活习惯来设置家电的开/关时间。特别是忘记自己是否关了电器，可以通过WiWo来查看电器的开/关状态，并远程关闭电器。同时WiWo也支持场景设置，可一键控制多个电器的开关。

3.首次配置入网

在第一次使用时，需要对欧瑞博WiFi智能插座进行联网配置：

欧瑞博WiFi智能插座插在电源插座上，此时插座开关键背光灯处于红灯快闪状态（约5次/秒），这也说明插座进入了配置模式（若非快闪状态则按住开关键大约5秒，使其进入配置模式），就可以通过“WiWo”配置。

确保您的智能手机已经连上家中无线路由器，打开WiWo手机APP客户端，在“设备”界面上方点击“+”进入添加设备界面，再点击“配置”进入配置界面。此时当前所在无线网络名称已自动获取，输入所要连接的无线路由器密码（**图11**），点击“智能配置”，若智能插座开关键背光灯常亮则说明插座连接WiFi成功。

如果使用普通配置方式无法成功的话，WiWo还提供了“AP配置”方式。在插座开关键背光灯处于红灯快速闪烁状态时，此时为进入普通配置模式，如果按住开关键大约5秒，插座开关键背光灯处于蓝灯快速闪烁状态，即可切换为AP配置模式。然后打开手机WiWo客户端，在“个人中心”中点击“更多”，再点击“AP配置”进入配置界面。此时所在无线网络名称已自动获取，输入您所要连接的无线路由器密码（**图12**），点击“确定”按钮。如果开关键背光灯常亮，则说明插座连接WiFi成功。

4.添加修改插座设备

入网成功后，在“设备”界面上方点击“+”进入添加设备界面，点击“搜索”按钮搜索设备。搜索成功后，就可在“设备”界面看到新添加的插座（**图13**）。

在设备列表中长按要修改的设备进入设备界面，点击右上角进入功能菜单，在“编辑”中可修改设备名称及图标，便于以后查找相应的设备进行控制。另外还可



■图11：普通配置方式入网



■图13：添加设备成功，直接点击按钮就可进行插座上的电器开/关控制



■图12：AP配置方式入网，在使用普通方式无法配置成功时可选择此方式



■图14：默认名称是“插座”，将其名称改为此时智能插座上连接的“热水器”，并可进行安全设置



■图15：“定时”功能可设置单次执行或每周定时执行，从而实现电器设备的自动开与关

以在这里锁定或解锁设备（图14），设备被锁定后，任何人都无法搜索到该设备，只有已添加该设备的用户可以控制该设备。出于安全性考虑，可以为设备修改设置一个远程连接控制密码。

5.S20的智能家居初体验

表面上看起来S20所能实现的功能很简单，无非就是充当了一个可远程控制的电器开关，替换原有的家电设备电源开关，从而实现通断电功能。但事实上将这个功能与传统的家电组合在一起，可以实现非常多的有趣功能。

例如，将热水器插头插入智能插座上，并将其预先设置好要加热的温度。平时不需要的话可将智能插座关闭断路，热水器不工作以省电，在下班之前提前用手机打开智能插座，接通热水器电路，回到家就可以洗澡了。

同样的，将智能插座代替加湿器的电源开关，在回家之前打开加湿器给家中润一润，到家就可以感受到适宜的空气。也可以用智能插座提前打开电扇、暖气片、空调等电器，提前调节家中适宜的家居环境。

欧瑞博智能插座还提供了“定时”和“倒计时”开关通路自动控制功能（图15），可以配合实现更智能化的家居生活控制。

例如出差在外时，我们可以通过智能插座定时在入夜时，开启家中的夜灯，或打开电视音响等，营造家中有人的假象，让小偷不敢入内；控制氧气泵给鱼缸中的鱼儿定时自动充氧换气等。我们还可以用智能插座给手机充电，设置定时关闭插座断开电路，以免手机充电时间过长。又或者用智能插座定时开启功能，连接音响或电视机，在清晨自动开启播放伴随起床。

WiWo应用设定不同情景模式支持同时对多个WiFi智能插座的控制（图16），例如开启“回家模式”之后，App会同时开启客厅里面的灯、打开电视机、接通电热水器、打开饮水机等，不用一个设备一个设备的打开。同时用户可以进行延时设定，比如将“回家模式”设定为先打开热水器和饮水机，一个小时再打开灯与电视机，此时用户恰好能回到家中。

除了欧瑞博智能插座外，还有很多类似的WiFi智能插座产品，例如博联（BroadLink）的SP2智能插座，以及更为迷你小巧不占插空间的SP mini智能插座，完全可以与其它家电或数码电子设备插头共用一个插板（图17）。

红外转WiFi，手机智能遥控家电

智能插座虽然能初步实现家电的智能化，但主要是控制家电设备的开关，真正的功能调节设置还是无法实现。传统家电设备都是使用遥控器进行红外控制，电视、音响、影碟机、投影、空调、热水器……，各种家电设备实在太多，每个设备都有各自的遥控器，沙发、茶几上摆好多个遥控器实在碍眼麻烦。在家居智能化工程中有一个比较重要的部分，就是将各种家电设备全部统一到一个平台上进行控制，从而简化操作并让家电设备操控更加智能化。

在各种智能家居产品中，有一类红外转WiFi的设备，可以将家里的任何智能手机都变成万能遥控器。虽然本身就支持红外遥控功能的手机与平板电脑也有不少，比如三星、索尼的多款手机和平板电脑、荣耀3/6、HTC One等，但用于完全取代遥控器还是有一定的困难，远远比不上红外转发智能设备的兼容性与灵活性。

市面上的红外转WiFi智能设备非常多，例如博联的e-Remote遥控器（图18）、欧瑞博的AllOne WiFi智能遥控器等，配合相应的智能插座产品，就可真正实现家电的全智能化远程控制。这些WiFi遥控器不仅支持手机本地和远程操作，还





■图16：设置一键启动情景模式，就可自动打开所有指定的家电设备

■图17：小巧的BroadLink SP mini智能插座









■图18：配有采用全向发射器的博联e-Remote遥控器

■图19：漂亮精致的AllOne智能遥控器

■图20：AllOne和S20智能插座都使用同一个应用进行设备添加和控制，获得完整的智能家居体验

■图21：默认内置了3种红外遥控设备控制方案

提供了万能遥控面板配合使用，本地操作更加方便。

以欧瑞博的AllOne WiFi智能遥控器为例，它只需一个智能远程遥控器，就可以控制所有需要红外遥控的产品，再也不用到处找各种遥控器了。AllOne其实就是一个支持手机App的接收/转换/发射器，可将手机发出的WiFi信号转换成红外线发射给电器。它采用全向红外发射方式，也就是将红外线同时向四面八方发射出去，所以不用刻意去对准电器，只要将产品放在桌面上、客厅天花板或一个合适的比较空旷无遮挡的位置（**图19**）。其飞碟形外观有科幻感，顶部采用黑色晶亮的有机玻璃，上盖是采用SABIC聚酯材料制作，与现代化的家庭电器相当搭配，可以较好地容易融入家庭环境中。

AllOne的使用也非常简单，它与S20智能插座一样支持SmartLink闪连技术，使用WiWo应用进行设备入网添加即可（**图20**）。WiWo默认内置了三种常用家电设备的遥控方案，包括空调、电视、机顶盒（**图21**）。如果用还需添加其它要遥控的设备，可以通过“新设备”继续添加。

Allone遥控器除了支持调制红外遥控设备外，还支持通过RF 433M无线遥控设备两大类别的遥控器。普通智能遥控器大多只支持红外遥控，而Allone对RF无线的支持，能够全面实现对各种智能安防监控报警、家居智能环境的操控。

在三种默认的遥控设备方案中，“客厅电视”和“客厅空调”已经内置了一些常见品牌的遥控数据，用户只需正确选择所需遥控设备的型号，就可以直接对电视或空调设备进行遥控。如果设备型号不在内置品牌列表中，或者新添加其它设备，如音响、DVD机、热水器等，就需要进行按键的配对学习了。

按键学习方法也很简单，例如要学习电视遥控的“播放”键，可在WiWo软件上长按对应的“播放”虚拟键3秒即可进入学习状态（**图22**）。此时将电视所配的原遥控器，对着Allone按下相应“播放”按键，就会将这个遥控按键学习到WiWo智能遥控器中。其它按键依次学习即可。Allone可以兼容各种红外发射编码，常见的家用电器红外遥控器发射数据均能正确学习。

Allone无线智能遥控器也同样支持多种情景模式，可以设置所控制的电器设备在不同的情景模式下的工作状态，从而实现家里多台电器设备的联动控制。

使用WiFi智能遥控器，通过简单的红外学习，就可以把电视、机顶盒、音响、空调等红外遥控器，全部都搬到手机上来，就算上班出差在外，也能随时随地控制家中的电器。再结合WiFi智能插座的遥控开关电器，两者就可以初步构建成本相对较低，但智能化程度较好的智能家居。

RF与ZigBee控制平台

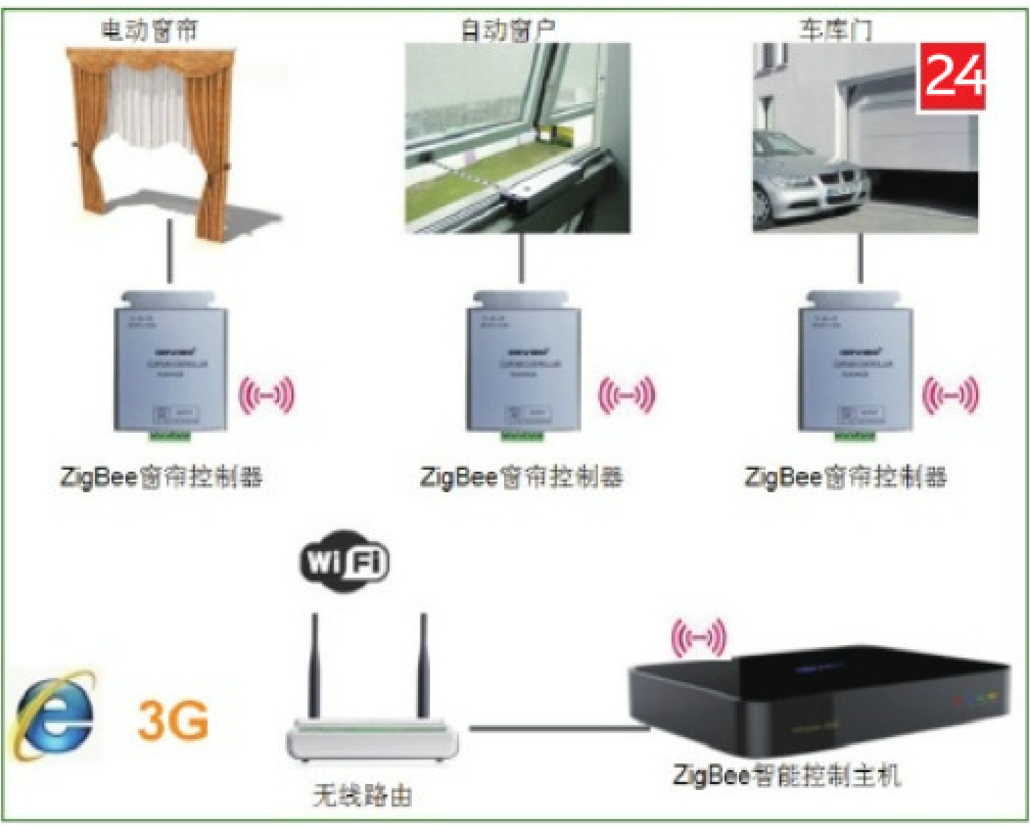
如果仅仅只是进行家电设备的初步智能控制，那么上面的WiFi智能插座与WiFi智能遥控器就已经足够满足需求了。但是WiFi插座和遥控器只是相当于给家电安装上一个智能操作模块，要想实现家庭里的各类家电、灯光、窗帘以及安防等全系列



■图22：进入学习状态，对着AllOne按下原遥控器上的对应按键，完成按键学习



■图23：完整的智能家居包含多个功能模块，涵盖生活的各方面



■图24：ZigBee无线控制门窗系统的组成



■图25：ViHome智能家居功能构成

的家居设备均可实现跨品牌、跨产品的联通，现有的WiFi智能家居产品是不太可能做到的。

事实上，智能家居远远不只是家电的智能控制这么简单，而是包括了智能灯光、智能影音、背景音乐、安防监控、门窗控制、智能家居环境、园林灌溉等一整套系统（图23）。例如智能灯光控制，可实现调节家居灯光亮度，一键情景控制，进行RGB颜色调整，以及远程遥控、定时照明、自动开/关灯等；窗帘门窗控制可实现窗帘、幕布、车库门、自动门窗手机本地和远程控制，情景控制，根据刮风下雨自动开关窗户；手机或定时控制灌溉系统的开启和关闭，自动喂鱼充氧等……

而这一切功能的实现，仅仅借助WiFi无线传输是绝对不可能的。比如要从家中关闭车库门，用WiFi传输控制信号到车库卷门的电机控制盒，由于距离太远信号传输控制肯定难以实现；家居环境智能控制中，自动感应风雨开关窗户，需要通过风雨感应器传递触发信号，而控制关窗器的控制盒使用的大部分也是RF或ZigBee无线传输（图24）。另外，在别墅或办公楼等多层楼宇环境中，用WiFi也存在信号传输距离不够、被阻隔和安全性的问题，而RF和ZigBee则不存在这些缺点，尤其是ZigBee的网状组网传输完全无阻碍。

关于RF与ZigBee两种无线系统智能家居的区别，在前面我们已经介绍过了，这里我们以欧瑞博的ViHome为例，简单介绍一下ZigBee无线智能家居的系统功能（图25）。ViHome ZigBee智能家居系统采用ZigBee无线通讯协议，它组网便利、信号稳定、可靠、修复能力强、不易受干扰，能够接入庞大数量设备，是别墅、豪宅等大型建筑构建智能家居系统的首选。

ViHome ZigBee智能家居系统，主要是在各种家电和家居设备中植入ZigBee无线通讯模块，通过与ZigBee智能系统控制主机通讯，实现本地和远程的无线智能控制。所有家电和家居设备，都通过ViHome手机应用进行统一控制（图26）。除各种灯光控制外，它还默认提供了窗帘、影院、空调和安防设备的添加和控制配对方案（图27），也可以手工添加其它设备。



■图26：ViHome智能家居控制中心



■图27：内置窗帘控制方案

○一些有趣的智能家居单品

智能家居一方面正在向着中心化平台化的方向发展，另一方面也在向着功能细化的趋势发展，出现了一些有趣的智能家居单品，让智能家居的功能涵盖范围更广更全面。

Reemo，用手势控制智能家居设备

Reemo手势腕带致力于用一种非常“傻瓜化”的方式来控制智能家居，而不是在手机上层层菜单界面的点击。

Reemo腕带通过适配器、电脑与要控制的电器组成控制平台。例如开启适配器和腕带之后，你就可以通过旋转手腕来开灯或是关灯。Reemo腕带拥有约30米的连接距离、支持6种手势，可以支持多种家用电器设备。即插即用式的手势操作功能简单易用，非常适合老人、儿童或对智能手机并不熟悉的人使用。

智能家居中枢OORT

OORT是一款有趣的智能家居产品，提供了许多附件，如智能灯泡、智能插座等，将所有家电设备都连接在一起，如电视、电灯、冰箱、开关等。不仅如此，OORT的口号是“internet of everything”，借助特制的“Beacons（信标）”，它还能够连接更多的非电器类物品。

例如“标准Beacon”可以作为贵重物品的定位监控器；“寻找Beacon”可以放在车钥匙、宠物上，进行防丢失或走失定位引导；“温度监控Beacon”，能够实时监控环境温度。OORT还提供了各种传感器，例如土壤湿度传感器，当土壤过于干燥的时候，配套App会提醒用户浇水（图28）。门锁传感器能够提醒用户门是否紧闭，是否有锁好。用户可以通过购买配套的传感器连接更多物品。

一张照片玩操作，Savant

Savant是国外一款独特的智能家居产品，主要面向的是豪宅和专业用户。Savant提供了非常“高大上”的智能家居操作方式，例如可以对着客厅拍张照片，然后Savant能够将这张照片变成一个可以控制家居产品的触摸屏。用户只需要触摸照片上的台灯就可以开灯，非常人性化（图29）。

智能筷子，吃出健康

“筷搜”是百度在9月份的世界大会上推出的一款智能家居生活产品。它包括筷子与筷座，筷子本身整合了PH值、温度、TPM值、盐度等传感器，而筷座则是一个NIR近红外光谱仪，它们用无线方式将检测数据传到手机上进行分析和显示（图30）。目前，百度新筷搜主打四大功能：测食用油品质、测pH值，测水果品种、产地、热量与维生素，以及测食品温度。

比较遗憾的是，这款产品在宣传方面存在混淆科学概念，夸大能力的情况（不排除参会的友刊记者们自身科学素养不足，误报道的可能），其“地沟油检测”“碱性水选择”“产地分析”三大主打功能科学依据均不足。“地沟油”目前在实验室中的检测都比较复杂，不可能依据一两项指标确定；“碱性水”的错误概念则已在中央级媒体中进行过曝光；水果产地同样不是通过甜度、外观等一两个指标就能确定的，而其热量与维生素水平显然是通过水果品种产地的数据库检索而非“筷搜”自行检测得到。这些噱头事实上自行将一款特色产品的格调硬生生地拉低了不少。

会提醒你喝水的智能水杯

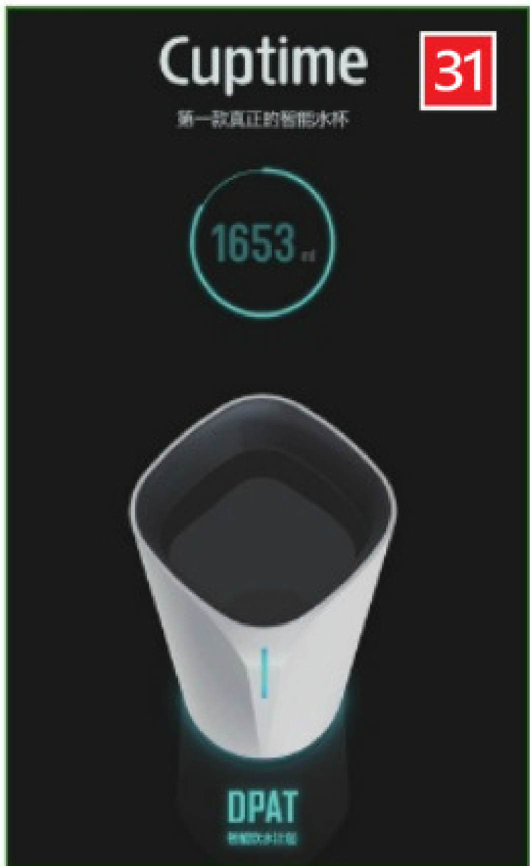
Cuptime是全球第一款真正的智能水杯（图31），它能够精确地记录用户每一次的饮水时间及饮水量，配合先进的水平衡算法，通过DPAT智能饮水计划，Cuptime能够在最适合的时间提醒你该喝水了。Cuptime智能水杯有水温提示功能，内置的温度传感器，可以通过不同颜色的指示灯提醒用户，避免饮水时被烫伤。

智能家居产品的种类和范畴远不止我们提到的这些，还有一些有趣的产品，如帮助园艺工作的Parrot Flower Power、智能锁具、智能灯具、监测身体状况的智能马桶、以及已经相当成熟的智能电视等。









■图28：OORT试图连接生活中的所有一切

■图29：Savant通过拍照片与智能家居互动

■图30：百度推出的智能生活产品“筷搜”

■图30：Cuptime智能水杯把手上有温度指示灯

头牌新闻

超前一代“快”为本，戴尔推出暑期新品

■本刊记者 魔之左手

8月20日戴尔在北京举行暑期发布会，为用户打造结合“超前一代技术”与“超强性能”的独特IT体验。戴尔大中华区消费及小企业总经理王利军先生，英特尔全球副总裁、中国区总裁杨叙先生等高管出席了本次会议，讲解并展示了戴尔产品之间的互联互通特性，以及戴尔与英特尔合力为消费者带来的“新”“快”应用体验。



戴尔大中华区消费及小企业总经理王利军向特邀嘉宾柳岩及来宾介绍游匣7000

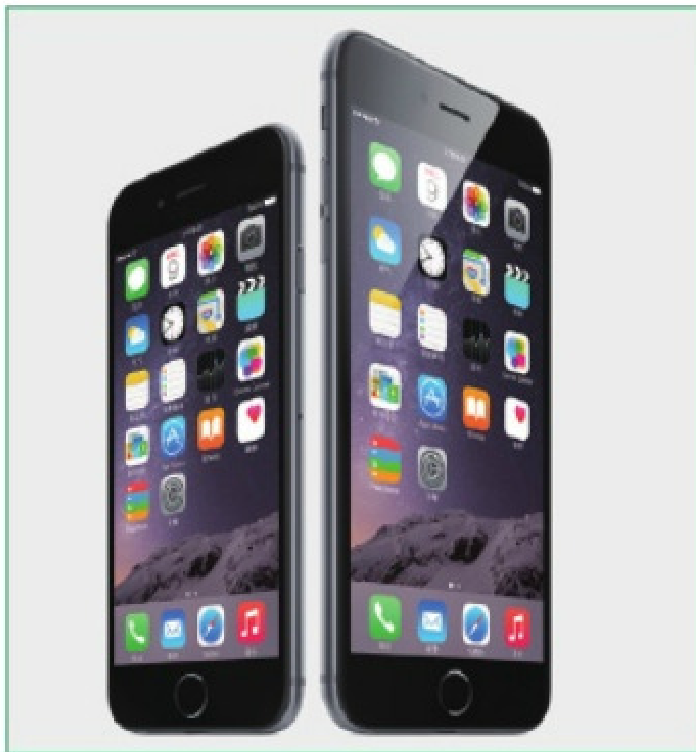
戴尔大中华区消费及小企业事业部总经理王利军先生表示：“作为行业的领导者，戴尔不断开拓整合创新的软硬件技术以及优雅应用型的设计，运用新颖的商业模式，融入对消费者的洞察和社会化互动，并最终将超前一代的技术和超越以往的性能第一时间提供给用户。每一个用户都希望拥有更薄更强大的电脑，戴尔通过多种渠道实现创新，帮助用户以灵活的IT应用打破工作和生活的界限，以完善的IT生态系统取得高效的生产力。”

戴尔此次发布及展示的新产品包括专为年轻人群设计的Inspiron灵越系列笔记本、Venue系列平板、XPS18一体机以及Vostro成就系列笔记本等新品。灵越系列包括专为年轻人群而设计的游匣7000笔记本和超薄变形本灵越13 7000系列；XPS 18则是一款超薄、超轻、超便携的一体机，能够在室内随意携带使用；Vostro成就系列笔记本则拥有安全可靠、便于管理以及高移动性和轻松互联的经典特性。

硬件店

苹果秋季发布会召开

北京时间9月10日凌晨，苹果公司在美国加州召开发布会，正式推出iPhone 6系列手机和Apple Watch，以及iOS 8等产品，并且正式推出了支付服务。



新一代iPhone手机将分为4.7英寸屏幕的iPhone 6和5.5英寸屏幕的iPhone 6 Plus两种，分辨率分别为1334×750和1920×1080，厚度为6.9mm和7.1mm。它们均采用新的64位A8处理器，并且配置M8运动协处理器，配置800万像素后置摄像头，f2.2大光圈镜头，有16GB、64GB和128GB三种规格。我国内地市场并不在其公布的前两批名单内，且预计价格将比iPhone 5有明显上升。Apple Watch的外形并不惊艳，但是用了比较特殊的操控方式，且分为两种尺寸，其上市日期预计将在2015年。

英特尔展示超凡体验新技术

近日以“超凡体验来自英特尔”为主题的2014英特尔新科技渠道路演及软件伙伴成果分享会在北京举行。英特尔工程师在现场演示了一系列创新的计算体验，包括：语音识别技术、高清视频通讯、无线显示技术、英特尔实感技术、3D游戏等。

基于英特尔核心的语音识别让用户通过语音在各类计算设备上提供视频点播、电视直播、音乐电台、文本输入、信息查询、系统操作等功能。基于全新架构英特尔处理器以及其硬件加速技术的视频通讯，可在现有网络条件下，实现高清视频通讯，并做到低延迟、无噪音、无干扰、长时间通话。英特尔无线显示技术兼容行业标准的Miracast规范，能提供快速可靠的连接，并拥有极低的延迟，以及高质量的流畅高清视频播放，并且支持多任务并行。

英特尔实感技术为用户提供了全新自然、直观和身临其境的人机交互技术解决方案，让计算设备能够感应并感知用户的自然行为，并



英特尔软件与服务事业部合作伙伴关系部中国区总监范若晗女士介绍英特尔与软件合作伙伴的新成果

头牌新闻

1799元起，魅族MX4正式发布

■本刊记者 魔之左手

魅族科技（MEIZU）于9月2日在北京正式发布最新一代智能手机MX4。魅族科技总裁白永祥宣布MX4将是一款〝更好用的手机〞。它使用航空铝镁合金，不仅延续了MX3优良的手感，更在颜色和质感上做到了突破。MX4屏幕扩大为5.36英寸，分辨率1920×1152，色彩亮度等方面都相当出色，用定制胶水黏合的屏幕可则有效解决碎屏问题，配合2.6mm的极限窄边框，屏占比达到了79%。重量仅为147g。内置3100mAh电池，配合更加软硬件优化，即使在4G模式下，续航依旧相比MX3提升13%，在3G模式下则提升21%。



魅族科技总裁白永祥发布价格

MX4处理器采用八核A7+A17核心处理器，可根据使用状况自动切换核心，最高频率2.2 GHz。CPU和GPU性能均提升85%以上。它支持5模13频通讯标准，支持中国移动和联通4G网络，同时向下兼容3G以及2G频段。另外MX4支持802.11ac协议WiFi，同时支持2.4GHz和5GHz频段。其背部摄像头采用1/2.3英寸索尼CMOS IMX 220感光元件，有效像素高达2070万，配合高速Close Loop闭环对焦马达，亦可支持4K视频拍摄。

MX4采用更多彩，更出彩的Flyme 4系统，重构了屏幕区域上下的功能模块，让屏幕上半部分为内容展示区域，下半部分为触摸区域。Flyme 4拥有从功能层面，更多系统级整合的，更完善的系统功能，还加入安全中心、权限控制、阅读中心等应用。

与人的视觉，听觉，触觉，表情等产生自然而积极的互动，从而带来身临其境的感觉。目前腾讯游戏旗下首款3D战斗网游《轩辕传奇》已经提供了对英特尔实感技术的支持，并且能与锐炬核心显卡完美搭配，提供媲美主流独立显卡的游戏体验。

尼康发布暑期高低端相机新品

近日尼康公司宣布推出一款配备可翻转LCD显示屏、操控性全面提升的数码相机COOLPIX S6900，这是S系列相机COOLPIX S6600的后续机型，采用新型相机支架和前快门释放按钮，支持远程手势控制。它具有约1602万有效像素，具备镜头位移VR减震功能，支持12倍光学变焦，同时提供了内置WiFi和NFC功能。

作为尼康FX格式相机中更为小型化、轻量化的新型产品系列的首款机型，D750可提供出色的可操作性和高品质影像，以及专业级机型所拥有的各项配置。D750拥有约2432万有效像素全新尼康FX格式CMOS影像传感器，采用EXPEED 4图像处理器，实现了超高的图像品质。它使用碳纤维复合材料一体化部件结构外壳设计、镁合金、全新外壳结构，组成了一个更小、更轻、便携性更强的相机，同时具有稳固的握持性。D750同时还是尼康FX格式相机中第一款搭载可翻折LCD显示屏和内置WiFi功能的相机，为用户提供了更多的便利。





微软推出Lumia 830及Lumia Denim更新



本月4日，搭载最新Windows Phone 8.1 Update操作系统的Lumia 830在柏林正式亮相，它内置中文个人智能助理Cortana，可帮助用户更好地规划自己的安排，机身设计纤薄时尚，拥有光学防抖以及1000万像素纯景PureView成像技术。此外，微软还发布了为Skype和自拍而生的Lumia 730双卡双待与Lumia 735，通过500万像素前置广角摄像头，用户可以方便的进行Skype通话，

同时微软也宣布了针对Lumia智能手机的Lumia Denim更新，集合了Windows Phone 8.1 Update中一系列优异的新功能以及诸多Lumia独有新体验。例如能够帮助用户以更快的速度拍摄出高质量照片的Lumia Camera。

晶合快评

有希望的智能手表

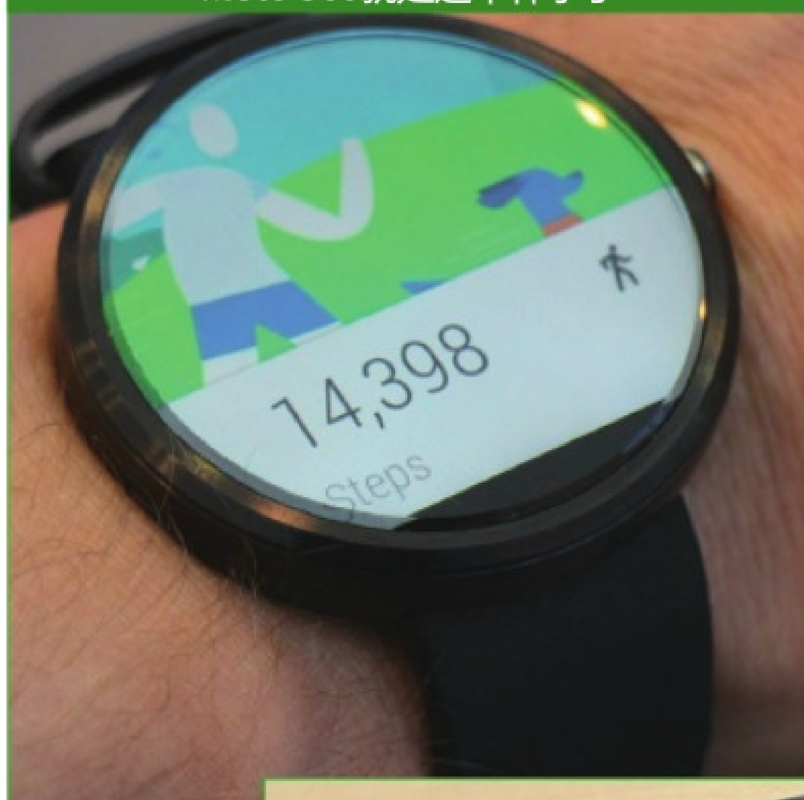
■晶合实验室 小白

国外微博Twitter上热衷于爆料各大科技公司未上市产品的“大V”evleaks，前阵子宣布因个人健康等原因要转行了。这位前瘾科技高级编辑，媒体们眼中的“爆料大神”，在社交网络上靠着自己独特的魅力闯出了名气，少了他的爆料粉丝们不知会不会习惯。遗憾之余，evleaks的“最后一曝”显然很有纪念意义也最让粉丝期待，不过最终答案多少有些令人遗憾——只是几张Moto 360的效果图。

什么是Moto 360呢？它既不是evleaks擅长爆料的智能手机，也很难称得上是一款革命性产品，它是摩托罗拉早在2014年3月18日就已发布的智能手表，属于可穿戴设备范畴，主打的卖点除了好看之外（笔者确实觉得挺好看，但咱的品味也就那么回事），还有一些如查看信息流、语音指令、地图导航等从智能手机上映射来的功能，无非是简化操作，让用户不必经常掏出手机查看，需要时只要抬起手腕看一眼手表即可（哇！女朋友的10个未接来电，死定了！）。

evleaks最后选择爆料Moto 360是否有意为之？是像灯塔般给我们指明了方向吗？智能手表的春天要来了？未来什么样不好说，我们可以先看看可穿戴设备的现状：媒体一直都说好，厂家和产品越来越多，但相比一波波智能手机潮水般的销量，可穿戴设备的销量只能用“水压不足的自来水”形容了。在目前国内，就算是天猫、京东、亚马逊等大牌电商，也对可穿戴设备的叫好不叫卖无可奈何。

Moto 360就是这个样子了





另一家公司的产品Pebble，据说去年卖出了40万个

究其原因，笔者认为可穿戴设备始终都属小众市场，不管概念多有趣，对用户来说都是可有可无的。概念酷远远不够，这块市场还缺少改变传统用户使用习惯的一股强大动力。就算是谷歌眼镜（Google Glass）这样能引起行业震动的明星产品，离大众的认可还差得远。我们再说回智能手表，它的概念老早就已出现，产品也有一大把，包括TFT屏的，E-Ink屏的，有主打三防的，也有主打长待机的……但你身边有谁买了？那些手握价值几千块iPhone的人不买，拿着巨屏三星的人也不买，就算你买了，聚会时哥儿几个撸起袖子一比，人家的瑞士名表亮晶晶，你的手表显示低电量……这时再加上旁边有妹子问：“您这是什么牌子的电子表啊？”你的面子又往哪放呢？

说到这里，笔者真是觉得很不好意思，作为最早一批为可穿戴设备这一概念摇旗呐喊的人，自己不仅没坚持买，现在还倒戈看淡市场，实在是典型的事后诸葛亮的行为。不过笔者还是要说，群众的眼睛是雪亮亮的，最近这两年不买就对了。没买的朋友，你比我聪明！

以前的事情过去就过去了，相信大家更关注的是以后，笔者这离冒着再次打脸的风险，拍胸脯向大家保证——智能手表，行！原因很简单，苹果的iWatch大家已经知道了吧，智能手表的未来就靠苹果啦！当然，这么说显然夸张了，但我们确实可以寄希望于苹果传播时尚符号的能力。就像他们用iPhone改变世界那样，这次再将所谓的iWatch再次推广到世界的每个角落，让每个男朋友都以给自己的她买一个智能手表而骄傲，让爱美的女孩子们在和朋友吃饭时，不经意间甩出手上的智能手表时都能得到闺蜜们的羡慕和赞叹，让每个学生在考100分后都可以和爸妈撒娇“给我买个iWatch吧，可以学英语……”如果这一切再次发生，那么智能手表就真有希望了。

最后，既然人们常说年轻人代表着未来，我们就看看年轻人的选择。笔者就举一个身边的例子吧，这位小朋友是我最喜欢的学生之一，名叫Henry，小伙子聪明又帅气，再开学就会到美国读书了，是中国不少富二代的一个缩影。Henry是个不折不扣的“苹果人”，苹果的手机、笔记本、平板电脑都配得齐全，就连他的手表也是iPod nano。苹果推出的iWatch他会买吗？答案是肯定的，而且他的行为也会影响他的圈子——更多有强购买力并追逐时尚的年轻人，就这样，个体的选择会逐渐影响更多人的选择，“酷”的人会影响不那么酷的人，而就在大家不断在微信朋友圈“晒物”“晒幸福”的时候，流行的力量就产生了。

现在，你差不多明白了吧……

晶合快评

手机摄影的民主革命

■晶合实验室 缘下杂音

就在不算多久的几年之前，各大相机厂商还在煞费苦心地为更小的相机里加入更高规格的硬件。按当时流行的观点，把手机拍照当作“摄影”就是一笑话。就像拿着瑞士军刀去砍树一样，怎么想都是不可能的事情。然而在小型化和便携化的道路上，相机显然已经被手机戗了行。当年花拳绣腿的“瑞士军刀”，今天俨然已经是真正意义上的“随身相机”，摄影也真的成为了大众的“习惯性”爱好。

随意登录微博、人人、空间、豆瓣，都可以看到手机照片漫屏飞。高频更新自拍的、纪念到XX一游的、刷美食招仇恨的、晒宝宝口水照的，不大的屏幕上承载了广阔的世界和变幻的人生。这些五花八门的手机照片除了花样繁多，制作水准也是今非昔比。在大量“美图秀秀”类APP的辅助下，经过了几个年头自拍、他拍的洗礼，人民群众早已掌握了构图、景深、道具使用等高级技法，日系风、欧美风、森林系、糖果色等调色技法也是运用得有模有样。颇有一种精英权利分散到民众手中的势头，摄影再不是大师们和高帅富的特权。

1999年5月17日，日本京瓷公司推出了历史上第一款搭载摄像头的手机VP-210，拉开了手机摄影的历史序章。随后，2003年第一款百万像素级手机出现，各大厂商开始了手机摄像头的分辨率大战。2005年伦敦地铁爆炸案中，一名法国青年成为这一新闻事件的第一记录者，其用手机拍摄的影像被世界各大媒体转载。2010年，记者的一张用iPhone拍摄的阿富汗士兵的照片刊登在《纽约时报》封面。

短短的时间内，手机摄影开始实质威胁圈内传统相机的地位。当很多人还在怀疑手机拍照是不是能够被称为摄影时，新闻摄影就已经不再是专业摄影师和相机的专属权力了，越来越多的新闻和新闻素材来自于普通民众。作为非专业摄影师的普通民众在记录新闻时，能够自觉地使用最平民化的视角来定位自己的新闻。在过去新闻报道的价值取向上，国家大事、好人好事，以及大事件、大场面、大人物一直霸占着新闻的首选题材，人文关怀并没有得到充分的展现。新闻纪录片中，拍摄对象被干涉和被摆拍的现象在专业人员的镜头下也时有发生。而用手机摄影的普通民众，则靠着平等的视角、随和的心态、开阔的思想贴近新闻摄影的宗旨——第一时间记录最有价值的内容。从这一层面讲，传统新闻摄影机制下的新闻摄影采编能力已远不及人民大众的手机摄影。《京华时报》《扬子晚报》《羊城晚报》等传统媒体早已选登手机摄影新闻就是对此的最佳明证。新闻的采编权力开始慢慢被普通民众所掌握，新闻摄影的”民主革命”已然大获成功，民主的手机摄影为传统媒体和人民大众不断输送着高质量的新闻素材。

纵然手机拍摄势头风起云涌，但很多偏于保守的人依然不愿将手机拍照纳入“摄影”这一高雅的艺术殿堂。他们期望回到摄影师们手拿大炮去打鸟的时代，怀念着那些考究画质、构图、意境的日子。其实手机作为拍摄设备显然已经不算简陋，一款中高档价位手机的拍摄能力已经可以和很多普通相机抗衡。像素、光圈、变焦等等相机厂商的传统广告噱头，对于手机制造商来说也是产品研发的重点。世界顶级研究室的科学家们每日都在挖掘着手机摄影的潜力，模糊消除、二次聚焦、编码光圈等技术为手机拍摄出优异的画质作出了杰出的贡献。手机的拍摄质量每天都在向普通相机乃至单反逼近，4100万像素、999张连拍的意义可不只是打打广告那么简单。

手机的便携性和拍摄功能的易用性让摄影的权力从精英下放到民众手中，就好像纸笔的发明使人们不用掌握石刻技艺就能记录生活，摄影术的诞生让普通人也获得了顶级绘画的能力。历史从来就是如此，科技的发展使得某种能力从独占变为共有，人类的文化也因此繁荣。手机及拍摄APP的使用并不能代表一个摄影人水平的高低，帮助普通人绝妙灵感披上一身美丽的服饰有何不妥呢？即使是同质化的摄影题材，也能迅速提升人们的审美水平，更快地对民众进行摄影启蒙，而大众化的摄影技术也确实为摄影圈提供了更加丰富的摄影主题和思路。独占发言权的自豪感可以理解，但是，对于摄影民主化的无理推拒就显得有失风度。害怕手机摄影污染了摄影圈的想法，终究只是一种畏惧新生事物挑战的胆怯。摄影毕竟是一门依赖人而非依赖器材的艺术，一张照片的好坏取决于镜头后面的那颗头脑和心。P



美国国务卿克里到访印度尼西亚用手机自拍与学生们合影



国产塞班手游至高作

《七夜》的这七年:大众软件独家专访前丁果科技CEO汤锴

■北京 西芹

2007年，拥有一部诺基亚N81，是一件羡煞旁人眼球的事。那个时候手机上的游戏不像现在这么多，而网上的手机论坛也只有那么几个。你们如果逛过塞班论坛，我想一款在深夜把人吓得半死的恐怖游戏，也许会驻扎在你们记忆深处。没错，是《七夜：救赎》。

《七夜》分为7章，每一章都有不同的内容和玩法。从第一夜主人以公昏倒结束，到第四夜被一个戴着南瓜头的女仆狂追，再到最后一夜能够选择配备手枪，还能穿上金盔铁甲，《七夜》带给我们太多太多的“惊喜”。笔者在深夜戴上耳机赏玩这款游戏的时候，会被小女孩的哭泣声吓到瑟瑟发抖，因突然映满整个屏幕的僵尸脸孔爆出一声尖叫。每一扇门背后都会有不一样的“惊喜”在等待，玩家需要在封闭的屋子里跟随作家肯，将谜团一点一点解开。那个时候，玩过《七夜》的人，都对游戏赞不绝口，丁果科技的名字也因为《七夜》而被玩家记住。

2007年，这款由丁果科技在塞班S60V3系统的基础上研发的手游，获得【法国】IMGA（国际手机游戏大奖赛）“最佳3D奖”提名，这样的荣誉只属于世界上5家公司。后来《七夜》也拿过大大小小的奖项，但始终未能盈利。从塞班论坛里流出的一个帖子，也许反映出他们当时的无奈和窘态。丁果科技曾作为IMGA被提名者，受邀参加MWC2008会议，然而因为无法支付6300欧的费用，而向IMGA请求帮助。后来终是没有去成，在IMGA看来，6300欧元真的已经很少了。在帖子里，丁果科技的成员是这样描述的：“感觉我们写信给一个非洲国家，让他们来开个会，我们说，只需要花５００块钱就可以了，然后对方说，太贵了……”

2007年已经过去，丁果科技带着他们的辉煌辗转重组另一家公司——奇魄科技。时间在流逝，他们仍在做游戏，而《七夜》在玩家心中依然鲜活。有玩家在论坛留言，说现在Android、iOS上的很多游戏都很没意思，在他们心里《七夜》的位置是无法被取代的，呼吁能够玩到Android、iOS的移植版本。即使在国外的一些论坛上，我们也看到玩家对《七夜》的一些褒奖。

也有人在期待《七夜》的续作，只是有关他们的事情在去年官微停止运营以后，犹如一只断了线的风筝，杳无音讯。直到今年，才听说奇魄科技还在，却又一次改名为技慕奇乐。这期间又发生了什么？我带着疑问联系到丁果科技前CEO，现技慕奇乐的CEO——汤锴。在57分钟的采访里，汤锴一直很认真的回答我提出的每一个问题，每一个关于《七夜》，关于丁果科技，关于梦想和现实的问题。

做中国的暴雪

汤锴，成都人，大学学习光学与电子信息工程。2003年毕业后曾在日资家用机游戏开发公司——东星软件，做PS2，Xbox平台的游戏研发。后自主研发手机3D引擎：Soft3D，作为主程序开发了《樱花大战4》《超级猴子球》等一些家用机游戏。在2006年时与朋友一起成立丁果科技有限公司，当时共七个人。2007年9月《黄泉道》发行，2009年6月17日《七夜：救赎》发行，2010年5月20日《天地道》，随着他们的作品相继发行，他们也慢慢有了些名气。四年间他们开发了三款可算作他们游戏研发巅峰的作品，其中《七夜》开发耗时近两年时间。

“最初我们有一个口号：做中国的暴雪。我们愿意花两三年、三四年一直去打磨一款游戏，等这款产品来，就可以成功。”说这句话时，能听出他心底的自信和骄傲。

据汤锴回忆，他们那时开发“七夜”是因为看到IMGA有比赛，单纯的认为如果赢得比赛可以为丁果科技带来更多的机会，也并没有考虑到会不会兼顾国内外市场。“《七夜》最初的时候规模只有7个人，后来增加到13个人左右，

全是做研发工作。在任务分配上，程序有3到4个人，策划有3到4个人，剩下的都是美术。其实在《七夜》之前，我们还开发过2、3款3D游戏和几个2D游戏，类似于赛车和动作游戏都有做过，但是有很多都没有通过渠道正规发行，玩家也不知道。大家知道的可能只有《七夜》《天地道》《黄泉道》，其实我们做的不少。"

熟悉家用机游戏的朋友们，对游戏《寂静岭》一定不陌生，而《七夜》的开发也正是受到了它的影响。《寂静岭》也是汤锴很喜欢玩的系列游戏，"在那个年代，手机游戏相对比较简单，主要以2D游戏为主，规模都比较小，一般都是以休闲小游戏为主，比如横板过关、射击这一类。那个时候我们开发3D游戏，这在国内来说还是为数不多的。因为我有做过家用机游戏的背景，所以我们想把家用机游戏平台上比较丰富的玩法和较好的内容搬到手机上，供玩家体验。刚开始玩《寂静岭》，首先会体验到一个比较恐怖的氛围，到了后来，和其他恐怖类游戏不太一样，而是会有更多挖掘心理层面上的内容，有一定的深度。所以我们在做七夜的时候，也比较想去表现一下这方面的内容。"

2007年，《七夜》的心血果然没有白费，获得了IMGA"最佳3D奖"提名。奖项虽然吸引到国内外的一些投资，但是现实的羽翼无法如理想中那般丰满。谈及获奖后，对于丁果科技的影响，汤锴说："获奖之后很有成就感，并且认为会有更多机会，但事实上并没有。一方面可能是我们对市场方面的把握特别差，另一方面可能是因为有一些产品方面的设计过于超前，在那个时间点，平台，环境的影响下，还不太适合去做这样的产品，所以获奖之后虽然很有信心，但是到后来我们实际上并没有真正赚到钱，所以也挺矛盾的。一方面想去坚持自己的理想，一方面又觉得吃饭都挺困难的。"

《七夜》的救赎

知道《七夜》的人究竟有多少，汤锴也不知道，但是他说很感谢这些曾经在困难中帮助过他们的玩家。《七夜》当时采取短信收费的方式，而不少小商贩在网上发布"破解版"。很多论坛的版主或者玩家会自发地发帖，呼吁大家不要去破解这个游戏，虽然最终不知道起了多大作用，但是对于丁果科技来说，他们心里是感到温暖的。

时过境迁，如果不是因为破解版的猖狂，那么《七夜》没有给丁果科技带来太多盈利的原因是什么呢？汤锴总结了大概以下几点原因：

首先《七夜》刚上线的时候，由于当时游戏的安装包以几百K居多，而《七夜》的安装包有几十兆容量，在那时是非常巨大的。在Wifi没有普及的情况下，大部分人不会为了玩一款游戏而耗费流量，所以没有渠道商愿意发行。后来他们把产品放到一些PC门户，让用户通过电脑下载，然后安装到手机上。但是这样会限制很大一部分用户，像学生群体使用PC就很不方便。

第二，丁果科技使用淘宝销售激活码，并且是纯人工销售，而淘宝的支付宝用户规模也无法和现在相比。所以在销售方面，是非常有限制的。最后丁果科技把产品放到一些论坛或者网站供玩家下载，效果也不太好。

第三，在国外，产品的发行渠道也不像现在这么方便，虽然有一些在线平台找到丁果科技，但是影响力并不大，除此之外，语言问题也是《七夜》推向国外并不乐观的原因之一。团队在开发《七夜》的时候，成员大多是之前做纯研发、程序之类的工作，并没有接触过市场和商务方面的工作。

非常可惜，《七夜》以这样的结局收场。汤锴表示在当时就感觉有任何机会都把握不住。然而，也许正是破解版的猖狂，让更多地玩家可以免费玩到游戏，从而记住丁果科技。

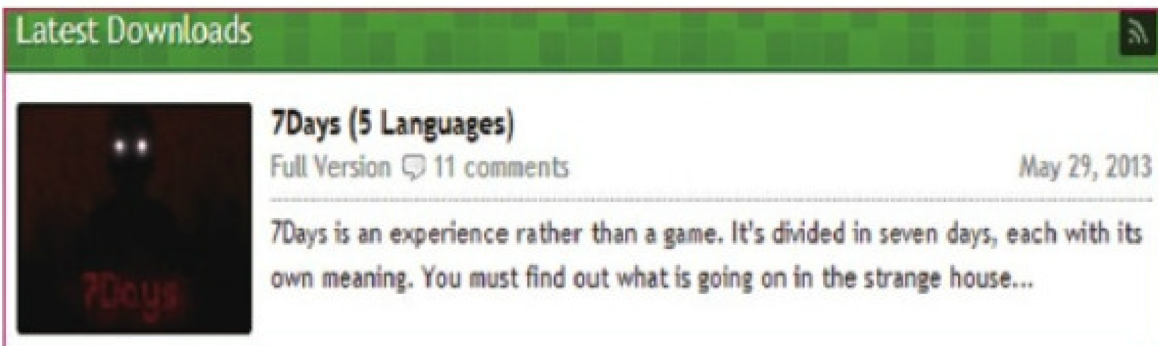
技慕奇乐，繁华落尽人还在

很多人以为丁果科技倒闭了，其实不是，他们还在，并且换了一个新名字，叫技慕奇乐。

丁果科技前期，资金是由7个创始人自掏腰包凑齐，本也不充裕。到了《七夜》开发后期，由于资金问题，委身华芯飞。汤锴说，如果在那个时候还是没有资金流入，公司就会破产。刚好



《七夜》入围IMGA的奖牌



◀ 国外玩家对《七夜》的评价





《天地道》海报

那时华芯飞考虑开发游戏掌机，理念也非常合拍，就选择了华芯飞投资。但是华芯飞在游戏掌机方面的进展缓慢，虽然出了一系列掌机，但是只有a320可算真正的掌机。本想着能够大展拳脚，也因为后来华芯飞理念和原来的偏差，最终没有成功。

到了后来，华芯飞因为准备上市，想让丁果科技工作地点搬到广东东莞区，而丁果科技中成都和重庆的同事居多，有家庭的人也多，虽然不是特别方便，也能接受。但是接下来发生的事情，促使丁果科技下决心离开。华芯飞提出让丁果科技不再做游戏，而去给他们做3D界面。因为理念与原来的严重偏差，丁果科技提出集体辞职。 2011年9月26日获得天使投资，重组成都奇魄科技有限公司。

重获新生的奇魄科技继续着他们的梦想，因为此时塞班系统的没落，他们改去做iOS系统游戏。此时开发了一款名为《Angry God》的游戏，是一款3D打僵尸的游戏。玩家在游戏中扮演上帝，从上空俯视，使用各种华丽的技巧去打僵尸，解救人类。游戏上线后，拿到108个国家的苹果推荐，还有一些第三方网站的5星评价。但销售成绩也很不理想，汤锴认为，事实上还是因为在推广发行这一块存在很大问题。

不过《Angry God》也为奇魄科技带来了新一轮的投资。这款产品后来被一家海外公司代理，在韩国发行韩文版，同时该公司投资奇魄科技。2013年1月7日，奇魄科技更名为成都技慕奇乐科技有限公司。

至此，丁果科技完成了从奇魄科技到技慕奇乐的蜕变。在这个过程中，丁果科技的核心成员几乎完整的保留下来，现在技慕奇乐有50%的成员是跟着汤锴一路辗转而来。很多游戏公司倒下之后，再也没有爬起来，丁果科技却一直都还在。也许是对于梦想的坚持，对于游戏的执着，让他们支撑下来。我想，汤锴是一个重情义的人，在他的叙述过程中，朋友这个词一直挂在嘴边。他的每一次选择，都有一条原因：因为有朋友在。

从单机到网游的转变，新作《魔王么么哒》即将上架港澳台

《魔王么么哒》是技慕奇乐的新作，是一款主打休闲的3D网游。近两个月会首先上架港、澳、台，在技慕奇乐看来，大陆是很重要的一个市场，如果能够从港、澳、台接收到一些反馈，能够争取到更多修改和打磨时间，这样对他们来说成功率更高。台湾那边会在一两个月之内上架封测，而大陆玩家会在明年一二月份左右玩到。说到收费模式，《魔王么么哒》是一款贴着内置收费标签的游戏。不过他们的收费点主要在更改外观环节，这有点模仿PC端的网页游戏的收费模式。其实这种收费模式在手游《植物大战僵尸2》中已经存在，挑战“暴走雪人”的模式，可以赢得不同装扮，像豌豆荚装扮：价格比普通豌豆荚便宜、玉米装扮：投出黄油概率大幅度提升。

从《七夜》的短信收费到《Angry God》的内购收费，再到《魔王么么哒》的更改外观收费，每一次的转变都承载着满满的教训。从单机游戏的角度来说，更改外观的付费点是一种不影响游戏内容的模式，如今套用到手游上，或许可以为技慕奇乐带来不错的收益。

现在游戏行业普遍认为手游来钱快，但是对于中小公司来说，花钱也很快，比如刷榜的耗费。当问及是否会考虑为新游戏刷榜时，汤锴态度坚定地告诉我：“没有，完全没做过，也没有这种考虑。”他认为一个市场的健康发展需要大家的共同努力。刷榜这种行为，从短期来看，可能会带给公司一些利益，但其实是一种伤害整个市场和用户的行为。不过因为产品会交给发行商去代理，他们会不会有这种行为还不太清楚，但至少现在来看是没有出现的。同时刷榜需要很多钱，而技慕奇乐还没有这个资金去刷，所以不管现在还是以后都不会去考虑刷榜这件事。

《七夜》的轮回，移植静待时机

聊完新作之后，我把话题引回《七夜》。当问及是否考虑将游戏移植到新平台上时，汤锴的回复充满自信：“毕竟现在手机性能都很强，画面还有各方



《黄泉道》海报



和其他游戏不同，《寂静岭》更注重营造精神上的恐惧





◀《七夜》中的女佣
《七夜》男主角：肯

面相较以前都有很大提升，我们自己也评估过，如果能够把当时的游戏在iOS或者Andriod上重做，我们认为《七夜》即使不改动或者做很小方面的改动都能够和现在一流的游戏相抗衡。”

《七夜》之所以迟迟没能移植，首先是因为丁果科技虽然现在是一个空壳子，但是丁果科技公司依然还在，并且《七夜》的版权依然在华芯飞手里。不过汤锴表示，版权不是大问题。

其次，《七夜》如果想在iOS或者Andriod上进行移植，不会简简单单做个模拟器，或者把原来的东西直接移植过来，肯定会做一些画质还有各方面的改良，所需要的时间成本不会少。以现在公司的资金状况和人力、时间来说，还不足以支撑完成这件事。

现在移动端的单机游戏成功的不少，比如《植物大战僵尸》《愤怒的小鸟》，也许真如汤锴所说，即使将《七夜》原版移植，也有可能在如今的网络时代迅速蹿红。为什么不以《七夜》的名气和实力，直接去拉投资？

对于这个问题，汤锴是这么回答的：“毕竟《七夜》是一个单机游戏，而现在市面上主流游戏和投资比较关注的都是一些网游。所以直接用《七夜》找投资还是比较困难的，但是我们确实在找一些项目层面投资，只是现在还没有落实。如果有公司或者个人投资《七夜》的iOS、Andriod版，我们是可以去做的。”

写到这里，我想到毛主席一句特别有哲理的话：“地在人亡，人地皆失；人在地失，人地皆得。”只要“丁果科技”还在，移植和续作是迟早的事。

曾经的信念未曾改变，只是会更加紧贴地面前行

从丁果科技到现在的技慕奇乐，从《七夜》到即将推出的《魔王么么哒》，这一过程汤锴深有体会。

“相比在丁果和奇魄的时候，我们的想法有一点转变，就是光有理想还是不行的，我们还是要面对一些现实，如果想在将来做一些想做的事情，那么将来公司需要先存活，我们需要有一些盈利和资金。”

对于现在的发展，技慕奇乐也开始向主流靠近。暂停纯单机游戏的开发，以轻度联网的主流为主，而且会偏休闲一点。希望公司先有一些盈利，站住脚，之后有条件的话再去做一些自己想做的事情。

不过汤锴还是表示：第一不会去做一些拷贝或者抄袭的事情；第二，还是坚持出精品，虽然《魔王么么哒》不是《七夜》，偏休闲，但是一样是精品。期间倾注了很多心血和汗水，花费了很多时间去开发这款游戏。

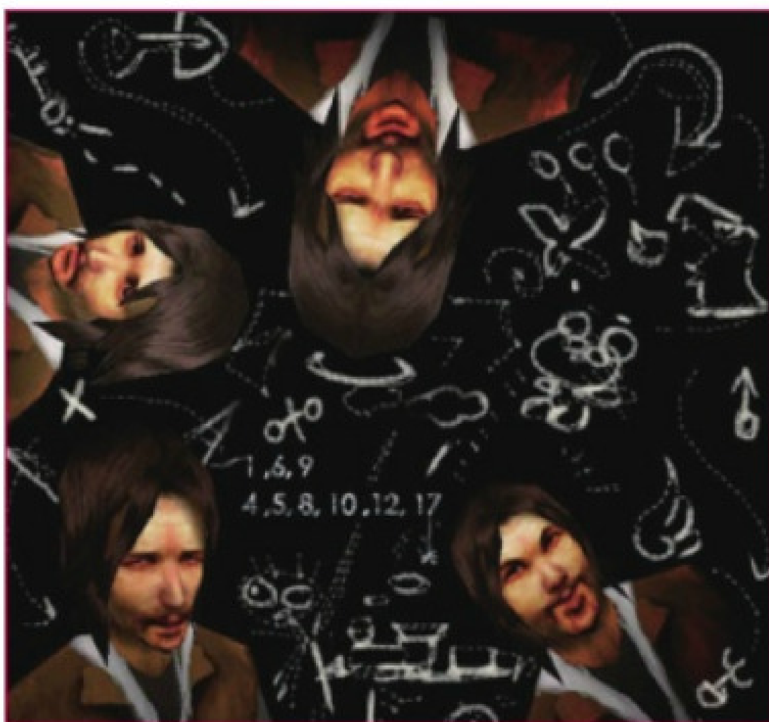
做中国的暴雪，从丁果到现在一直没有变。汤锴认为暴雪的精髓在于其开发出的精品游戏一方面可以让用户满意让自己满意，另一方面可以确确实实赚到钱。不过从短期来看，还是需要实际一点，认真分析市场，去把握用户和发行商的需要，做出一些主流的游戏来，能够赚到钱，在这个行业站稳脚跟。”

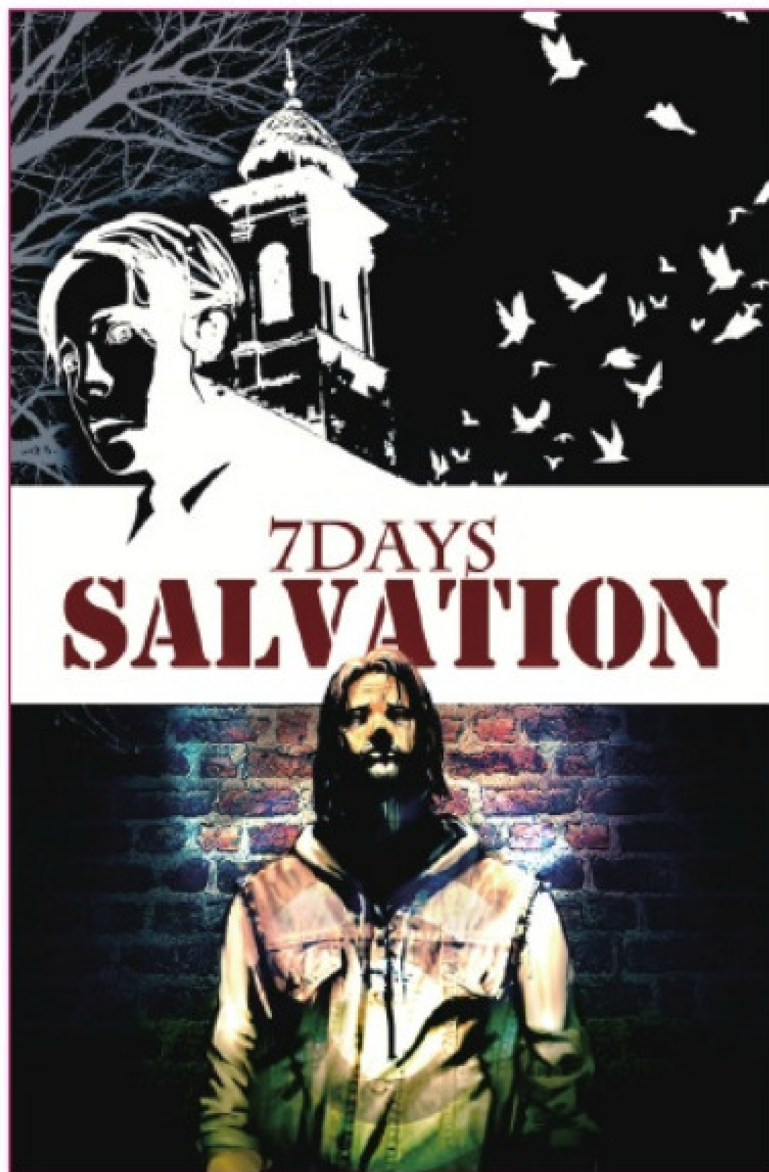
单机游戏的发展在中国经历了许多坎坷，当我将有关技慕奇乐的消息透露给身边玩过《七夜》的朋友时，朋友感慨丁果科技犹在的同时，也期待《七夜》能够得到移植，好让现在的玩家看看当年塞班平台也有这样的作品。

《七夜》是否已经被技慕奇乐搬上移植日程暂时还没有消息，如果能够在新一代智能机上玩到这款作品，看看玩家的反馈一定是一件有趣的事情。手游单机从来都不是硬件的比拼，那么手游的本质比拼的到底是什么？或许在汤锴的经历中，我们能够感受到一些。



技慕奇乐公司


《七夜》游戏界面



《七夜》海报



《Angry God》游戏宣传图



《魔王么么哒》—— 一款可爱动漫风的游戏

后端游时代创业公司生存沉浮录

■北京 silvershark



8月中旬，一则有关麒麟网文化被证监会终止审查导致其上市夭折的业内新闻被各游戏媒体竞相报道，但在手游热点当道，页游与端游并不怎么受关注的当下，该新闻也没有受到多大的关注，网络上连相关评论都找不到一篇。回想起几年前，麒麟网作为游戏界被寄予厚望冲击上市的新一代创业明星公司，曾是游戏媒体关注的焦点。大约在2010年就传出麒麟网正在筹备上市的消息，但是从2012年起截止今年，麒麟网已经是连续冲击创业板三年申请上市而没有成功。麒麟网的案例，正折射出如今端游市场极端恶劣的生存状况。与麒麟网有着类似遭遇的创业公司还有一大批，实际上自从搜狐畅游在2009年登陆纳斯达克以来，再无任何一家以端游为主营业务的游戏公司能够成功地在海外上市。

进入2014年，端游市场在其十几年的发展历程中首次出现了负增长的情况。面对此窘况，搜狐畅游游戏事业群总裁王一在今年向媒体解释搜狐畅游为什么敢于逆市投端游时表示，根据他们判断，现在的端游市场已经进入“后端游时代”，市场进入门槛很高，挡住了大量中小型游戏厂商，端游市场反而变成了相对的蓝海市场，而畅游本身在端游领域有优势积累，自然不会放过这块市场。专门致力于游戏产业研究的网站GameLook的创始人兼总编洪涛在去年底与投资界嘉宾共同探讨游戏市场时曾发言说，手游救了很多公司的命。因为2010年的时候有大量的公司转向了页游市场，当时端游创业环境已经很恶劣了，而到2011年、2012年的时候页游市场跟端游一样，创业公司开始面临很困难的境地，面对激烈的竞争和市场淘汰，大量的创业公司没有出路，最终手游这个大趋势救了很多创业公司。

事实上，端游也就是从2010年开始步入增长放缓期的，但每年仍有几十亿的增量，而腾讯的游戏业务通过开拓射击、格斗等细分类型的蓝海市场而迅速崛起，并依靠平台优势每年要拿走这部分增量中的一半以上。其实腾讯早在2009年便坐上网游霸主地位，并且一直与其它竞争对手拉开差距，如今已经牢牢地占据端游市场半壁江山。由此可见，2009年到2010年间就是端游与页游的分水岭，因为绝大部分以端游为主营业务的创业公司在2010年后都随着端游市场增长的放缓与腾讯等列强的瓜分而表现欠佳，当年致力于端游业务的创业公司如今大多表现平平，甚至遭遇产品失败而陷入苦苦的挣扎之中，最好的结果就是闷声发点小财，但基本上它们都沦为当今市场上不太受关注的“非主流”游戏公司。因此，本文标题里的“后端游时代”大致是泛指2010年至今的一个时期。

当年还被端游公司视为小打小闹的页游则在2010年开始真正兴起，《七雄争霸》在腾讯平台做到最高超过80万同时在线人数，月流水过亿就是最典型的例子，而今天这个已过百亿级的页游市场则培育了一大批颇具影响力的游戏公司，比如第七大道、昆仑游戏、墨麟集团、Forgame集团、趣游集团、游族网络、淘米网络、心动游戏、37游戏、4399平台等，其中淘米网络成功登陆纽交所，Forgame集团成功在香港上市，37游戏与游族网络也通过资本运作而借壳上市，第七大道被搜狐畅游全资收购，昆仑游戏正在排队上市，墨麟集团

也有上市打算等等，这些公司的创始人身价均从数亿到数十亿不等。

如今随着手游时代的全面来临，在这个公认将会超过千亿级的市场上又将会诞生更多的造富神话。比如今年因打造了月流水超过2亿的《刀塔传奇》而声名鹊起的莉莉丝游戏。至于端游创业公司的现状，自2009年搜狐畅游登陆纳斯达克后，除了中青宝在2010年在国内创业板上市外，麒麟网与武神世纪均遭遇上市失败。其实在这个后端游时代还有诸多做端游业务的创业公司，而且创始团队大多从各家端游巨头或老牌游戏公司独立出来，由于端游的制作周期少则2年，多则4年以上，所以这些公司往往在端游繁荣时期便成立，只是在产品上线时才遭遇后来端游市场的寒冬。下面本文将挑选一部分昔日业内较为关注的端游创业公司略作点评介绍，由于这些公司的核心人员在成名前大多是在知名大公司工作，因此我们将之冠以“××系”（如“金山系”或“网易系”等）创业公司。

金山系

金山软件是一家老牌公司，也是大陆最早制作游戏的公司之一，早在1994年便在珠海成立了西山居工作室，1996年发布内地第一款商业游戏《中关村启示录》，其后打造的《剑侠情缘》系列更成为金山至今的营收支柱，2003年在北京成立烈火工作室，推出《封神榜》等作品，其负责人正是本文开头提及的麒麟网文化原CEO尚进，因此麒麟网就是金山系公司。金山为整个游戏业输送了大量高水准的人才，被誉为游戏产业的黄埔军校。下面就从麒麟网开始，盘点几家具有代表性的曾以端游为主业的金山系创业公司。

麒麟游戏：连续3年的上市梦破灭之路

根据麒麟网文化官网介绍，北京麒麟网文化（简称“麒麟游戏”）成立于2007年7月7日，是以网络游戏研发和运营为核心业务的综合性互动娱乐企业，其代表作品为《成吉思汗》系列。此后，公司又跨界到影视文化行业，成立了麒麟影视公司，并参与制作了电影《画皮2》。

麒麟游戏原CEO尚进最初是在金山公司工作，做过WPS的程序员，后担任金山北京研究院总监、总裁（雷军）技术助理；2003年组建金山烈火工作室，于2004年推出其作品《封神榜》。2005年尚进离开金山加盟搜狐公司，参与组建搜狐畅游的前身火狐工作室，担纲制作人并推出了《天龙八部》（2007年上线），此后一手创建麒麟游戏，推出《成吉思汗》（2009年上线）。综合来说，麒麟游戏是一家兼具金山与搜狐血统的创业公司，当时的高管团队几乎都是来自于搜狐或金山，如前总裁就是后来创立乐动卓越的邢山虎。

尚进担纲制作的这三款作品在当年都较为成功，如《封神榜》成为金山游戏仅



麒麟网LOGO



腾讯分得了端游市场中最大的“蛋糕”



2014年端游出现负增长



在页游市场一鸣惊人的《七雄争霸》



老牌厂商唯晶也转战手游

次于《剑侠情缘》系列的另一个游戏系列品牌，《天龙八部》的巨大成功则让搜狐畅游于2009年登陆纳斯达克。后来的《成吉思汗》尽管也称得上是成功作品，一直成为麒麟游戏的营收支柱，但在其高峰期的月营收也只及《天龙八部》的1/10左右，而且《成吉思汗》与《天龙八部》在很多方面都有着极高的相似度，还引发了游戏界的一场官司，直接后果就是导致了同为搜狐旗下的17173游戏媒体封杀麒麟游戏长达3年多。

麒麟游戏虽然凭借着《成吉思汗》系列在国内网游界崭露头角，频频摘取游戏行业各大奖项，但在当年所宣传的成就是含有极大水分的，比如几万在线宣传成几十万在线，当然这也是非上市公司喜欢玩的吸引玩家的手段，虽然无法衡量这种手段到底对游戏的业绩能带来多大提升，但这些虚假的水分终究无法转化为真正的利润。随着端游市场的日渐成熟，在经历了早期游戏用户野蛮生长的阶段后，端游的营销推广成本逐渐提高，用户获取成本也在迅速上升，这无疑降低了新游的利润率，提升了端游公司的进入门槛。当然这也是游戏公司在后端游时代所要面对的问题，只是上市大公司相对于创业公司拥有无可比拟的品牌优势以及庞大的用户群体基础，由此才有了下面的事情。

麒麟游戏在2009年推出《成吉思汗》后便初战告捷，成为当年游戏行业最受瞩目的创业公司，但其真正的危机发生在2011年。那一年麒麟游戏相继推出了3D回合制网游《梦幻聊斋》，2D电视剧同名网游《水浒传》与3D网游《书剑恩仇录》，不料却在市场上遭遇三连败，或者说是表现平平。据当年的媒体报道，《书剑恩仇录》是麒麟游戏内部承认做失败的产品，如今麒麟官网上也没有《书剑恩仇录》的游戏页面，《梦幻聊斋》的表现也远未达预期，时任总裁的邢山虎最后一次为麒麟游戏的产品站台就是出席《梦幻聊斋》公测发布会，2个月后他成立了乐动卓越，投身手游创业，并成功开发出2013年最热门手游《我叫MT》。自邢山虎离开并创立乐动卓越后，其余高管也相继出走，比如副总裁朱燕晨创办了邻动网络，首席策划官朱家亮出任境界游戏CEO等，而原CEO尚进则在今年初担任小米游戏中心总经理。

现在麒麟游戏正在运营的《梦幻聊斋》是2年后的回炉重制版本，一个是主打时长收费的《新梦幻聊斋》，一个仍是免费版的《画皮Q传》。《水浒传》借助于当年热门电视剧《水浒传》的影视营销东风，至今仍在运营，不过麒麟游戏曾对外公布过的《雪山飞狐》《红楼梦》等产品还未面市便夭折。在参与投资制作的《画皮2》电影以创纪录票房成绩大获成功后，麒麟游戏也推出了网游《画皮2》（后更名为《画皮世界》），并借助“三屏合一”（电脑屏、手机屏和电视屏）的概念炒作而成为继《成吉思汗》系列后的又一支柱产品，让麒麟游戏至今仍在游戏行业立足，只是早已不复当年勇。也许现在麒麟游戏正在布局的手游与电影会成为未来新的爆发点吧。

蓝港在线：从PC到移动平台的双重转型

当年蓝港在线是与麒麟游戏并称的金山系公司，据报道说麒麟游戏早期也曾得到蓝港在线创始人王峰的投资，而且按照王峰当年的观点，蓝港在线与麒麟游戏都属于代表着未来的第三代网游公司。他认为：网游第一代以盛大、九城为代表，多



由麒麟影视公司制作的电影《画皮2》



◀ 搜狐畅游登陆纳斯达克（一排左二为章子怡）



金山软件 ▶



◀ 金山软件旗下的西山居工作室

以代理韩国、欧美网游发家；第二代以网易、金山、完美时空、巨人为代表，多从互联网、软件转型，注重自主研发，同时兼做代理；第三代则主要是由从网易、盛大、九城、金山等公司辞职出来的员工创办，这些人有着运营网络游戏的整体经验。当时可以冠以第三代网游公司头衔的网游企业有十几家，且都获得了不同额度的风险投资，而蓝港在线与麒麟游戏则是个中翘楚。

蓝港在线是由原金山软件高级副总裁王峰联合原金山游戏运营中心副总经理廖明香、原金山运营技术总监张玉宇、原光宇华夏COO王磊（2011年离开蓝港创立泥巴网络）一起在2007年3月创立，当时正处于端游在市场上表现最为火热的时候，市场上国产游戏的主流就是客户端网游，国产单机陷入最低谷，而页游还在萌芽阶段，至于手游则连智能手机都还没出现，因此蓝港在线自然会选择端游作为自己的主营业务。

在创办蓝港在线仅半年后，王峰曾对外放出豪言：一年内发展壮大，两年内上市，三年跻身网游第一阵营。当时，完美时空（后更名完美世界）成立之后40个月就在纳斯达克上市的故事，还在不断地刺激着中国的网游同行。如今，王峰认为那是一个相当愚蠢的目标，并为当年说过“那么傻×的话”而感到“耻辱”。王峰认为，这个目标愚蠢，并不是因为没有做到，而是将宝贵的精力关注到江湖排名上没有意义，只有好产品才是核心竞争力。

其实蓝港在线最初在端游上的布局十分全面，2008年公布的5款产品，从类别来看，就已经涵盖了从2D到3D的回合制、即时角色扮演（ARPG）以及休闲游戏等多种游戏类型。但后来一直到2011年，蓝港在线先后发布的以2D网游《西游记》与3D网游《佣兵天下》为代表的多款端游产品均在市场上表现平平，后来王峰在接受媒体采访时曾多次表示，蓝港在线只赶上端游的市场衰落期，并错失页游的第一波发展良机。也许是王峰作为游戏谷的天使投资人，从页游《七雄争霸》的巨大成功中获得极大的收益，也看到希望，因此2011年蓝港在线尝试着推出页游《火影世界》，2012年推出双端ARPG《黎明之光》，这些游戏相对于其成本却有着不错的市场表现，而后蓝港发力自有游戏平台“8864.com”。

就在业界认为蓝港在线欲转型为一家网页游戏公司之时，蓝港在线却在2012年成立了手机游戏事业部，并投入人力进行手游的研发。王峰敏锐地嗅到了手游市场在未来的增长潜力，在2012年决定毅然转型移动游戏开发，终于在手游方面赶了个早集。那时手游还处于启蒙时期，很多人认为做手游赚不了钱，而进入后来被称为手游爆发元年的2013年，蓝港在线终于迎来了丰厚的收获。

蓝港在线在2013年4月份发布了2D格斗手游《王者之剑》，并宣布正式转型为移动游戏公司。《王者之剑》获得了极大的成功，凭其亮眼表现成为仅次于广州银汉《时空猎人》的格斗手游，而蓝港在线接着又发布了3D动作手游《苍穹之剑》，同样受到市场的欢迎。在2014年，蓝港在线继续趁热打铁发布了被称为“蓝港第三剑”的《神之刃》，最终三剑合一，让蓝港的收入相对于其PC时代翻了好几倍。随着蓝港三剑《王者之剑》《苍穹之剑》及《神之刃》的相继成功，我们不难发现，王峰押注移动的决定是正确的。



麒麟官网，《书剑恩仇录》被雪藏



蓝港在线及其CEO王峰



蓝港为上市所公布的营收数据

后来王峰在接受媒体采访时多次说到，他在2007年决定在端游市场创业时，整个市场只有不到100亿元，到2013年端游市场已经有500亿。但这6年里没有一家端游公司上市，好多都死掉或者不活跃了。在2007年之前，所有的端游公司基本布局完了。今天端游市场多出的那400亿，都让腾讯等几家大公司赚走了。这大概也可以间接地解释蓝港在线与麒麟游戏从当年双雄并立变成了如今迥然不同的境况的原因。蓝港在线在今年因为要涉足手游发行业务，近期宣布更名为蓝港互动。蓝港在2013年8月曾拒绝A股上市公司朗玛信息提出的价值16亿元收购意向，而后在2014年1月完成8000万美元的C轮融资，5月获得百度2000万美元的D轮投资，并于8月30日正式启动IPO，申请在港交所创业板上市。

梦工厂：与博瑞传播对赌连年失败

成都梦工厂创始人裘新1996年加入金山软件，为当年缔造了《剑侠情缘》系列的“西山居三剑客”之一，也是“剑侠之父”。2003年1月，裘新回到家乡成都创立梦工厂。到2009年时，梦工厂已经拥有了《侠义道》系列、《圣斗士OL》《棋魂》以及梦游基地棋牌大厅等产品，尽管那时梦工厂只占全国网游不到0.5%的市场份额，但却是西南地区最大的网游开发运营商。梦工厂也曾被认为是中国还未上市网游企业中最具潜力的几家公司之一，与蓝港在线、麒麟并称为第三代网游企业代表。

2009年5月A股上市公司博瑞传播宣布以4.41亿元全资收购梦工厂，不过根据2010年博瑞披露的业绩情况，梦工厂未能完成与博瑞的利润对赌且差额较大。2011年时，博瑞传播披露梦工厂网游仅完成对赌承诺的60%，低于预期。在2012年时，梦工厂收购了出自目标软件的一个端游团队成立的创业公司神龙游，加大对端游的投入。即使如此，梦工厂依然不景气，业绩也没有明显的好转。到2014年时，成都梦工厂创始人裘新辞去CEO的职务，保留董事职务但不再负责具体业务。梦工厂执行总经理魏啸将接替裘新，全面负责梦工厂的各项业务。

心游科技：豪华班底创业团队的涅槃重生

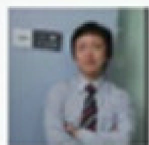
珠海心游的CEO湛振阳为原金山游戏COO、西山居总经理，被誉为“金山五虎将”之一，2011年在接受金山西山居与创新工场的联合投资后，一手创办了端游公司心游科技。如果仅从心游创始团队成员的资历来看，那么整个团队都有着多年深厚的经验履历，不少核心骨干都是以前制作“剑侠”系列的重要成员，比如前西山居美术总监、《剑网3》客户端/服务端主程、《剑侠世界》执行主策、西山居产品中心负责人，《剑网1》主策划等等。堪称金山全明星的心游班底足够豪华，但市场却给了心游一个无情的教训。心游在2012年推出的首款产品，2D武侠端游《逍遥江湖》的市场表现不佳，最近《逍遥江湖》经过回炉后以《剑武》的全新名称重新上市，同时公司仍在运营《新逍遥江湖》这款新版本的旧产品。

心游在遭到挫折后，正值移动游戏浪潮席卷全球之时，加上投资方创新工场的安排，进军移动游戏也是顺理成章之事。由于团队核心成员均为游戏业界多年打拼的老兵，因此从端游转手游倒也不是十分困难之事，在2014年4月发布了卡牌手游《天天爱萌仙》，8月份改名为《萌仙封神战记》，由金山集团旗下的猎豹移动代理发行，并取得了不错的成绩。

心游CEO湛振阳在其微博上说：“曾经，我们是端游市场上的老兵，从剑网1，到剑侠世界，到逍遥江湖，我们一路走来；今天，我们是手游市场的新兵，历经一年，我们的第一款手机游戏《天天爱萌仙》正式亮相，我们开始了新的征程。”随着《萌仙封神战记》的成功，心游迎来了一次涅槃重生，作为“剑侠”系列原班人马出身的团队至今仍然没有放弃做一款成功2D武侠端游的梦想，于是有了《剑武》。未来也许心游仍坚持端游与手游的双线布局，也可能像蓝港那样彻底转型手游，这要看端游产品的市场表现了。

神雕网络：端游与页游接连受挫回归金山

神雕网络创始人兼CEO郑可于2004年加入金山，之后在2009年加盟蓝港，再之后获得投资创办了神雕网络。神雕网络当时定位是做端游业务，曾代理运营金山



王峰

蓝港将逐渐从重度手游产品线扩展到中度手游领域，会陆续结合自研和代理模式发行新的游戏类型。计划今年三季度发布的自研卡牌游戏《后宫·甄嬛传》，已经力邀在影视动漫领域中有很大影响力的职业漫画家陈柏言来担纲核心卡牌人设，并依旧保持战斗酷爽的作风，但力图在传统卡牌模式中突破。此外，我相信，该游戏在题材、美术风格以及更加简捷的游戏系统，将会吸引更多比例的女性玩家。



如今的蓝港，已经全身心的投入到了手游行业之中



“西山居三剑客”（最右为裘新）



有着传奇经历的《梦幻西游》前主策徐波

旗下上水轩工作室所做的端游《独孤九剑》，不过市场表现平平，之后神雕网络转型做页游业务，再之后就是公司解散了。股东回购股份公司散伙之后，郑可2013年年中携团队回到了股改之后的北京西山居，担任副总裁，负责手游业务。





心游科技与它的”手游新兵“《天天爱萌仙》

网易系

网易是国内发力自研网游业务最早的公司之一，《大话西游》系列的成功，让网易走上了自主研发运营的道路，而《梦幻西游》的面世，造就了国产2D回合网游的巅峰，也缔造了今日的网易在回合制网游领域的帝国。同时，随着《天下3》《倩女幽魂》等3D即时产品相继获得不错的表现，可以说，网易在自研RPG端游方面的实力在国内是最强的，也因此造就了一个不亚于“金山系”的“网易系”创业公司，下面主要选择几家具有典型代表的网易系端游创业公司来盘点。

多益网络：白手起家土豪的业界传奇

说起多益网络，可能熟悉《梦幻西游》的人士都会知道，多益的老板正是《梦幻西游》的前主策徐波，网名为“徐宥箴”，宥是宽恕，箴是劝告之意。徐波的奋斗史相当非主流，他自幼酷好电玩，常有异人之想，初中毕业（技校没读完）就去打工，后来进了网易担任《大话西游1》的客服，在产品运营失败后，徐波争取到担任游戏策划的机会，并凭借着自己的超人才干将《大话西游1》改进为全新的《梦幻西游》，再后来游戏发展为网易至今最为赚钱的产品。

2006年，在《梦幻西游》第四个资料片“化境”发布稳定后，徐波决定辞职后开始创业，在游戏界小有名气的他得到时任金山CEO的雷军1000万元的投资，创立了广州金山多益。不久之后，陆续又有几位《梦幻西游》团队核心人员离开网易追随徐波。如今，多益网络已经从创业之初10多人的团队，发展到现在突破1000人的规模，主打的产品是《神武逍遥外传》与《梦想世界》等端游，也有少量页游与手游产品。

目前，多益网络的公司名称早已去掉了原来的“金山”二字，同时多益网络一直对外宣传徐波为多益的独占持有人，同时徐波的微博认证资料一栏这样填写着：“正直智慧、真白手起家的土豪，多益网络独占持有人，梦幻创始主设计师，神武老板，国内顶级游戏策划。”可见，多益网络其实就是徐波一个人的公司。多益网络在端游市场不景气的当下仍能保持稳步发展壮大，再加上徐波的个人传奇经历，也算是成就了一个异类的业界传奇。

擎天柱网络：处女作没能成为公司的擎天柱

擎天柱网络的创始人为《大话西游2》之父魏剑鸿，原网易游戏事业部副总经理主策，业内人称“萝卜”。据报道，魏剑鸿2010年4月离职，他毅然拒绝网易的挽留，带领网易游戏原《大话西游2》项目组主策划、主程序、主美术等20余名骨干员工创立新公司擎天柱。由于擎天柱网络的主创团队均来自于网易《大话西游》系列的制作班底，而网易的《大话西游2》是仅次于《梦幻西游》的百万在线级别的回合制网游，因此擎天柱的创始团队是十分有底气的，仅一年时间，他们便开发出2D回合制网游《封神》，不过市场表现不佳，在今年出现“丁磊亲自带领警方抓捕离职前高管”的传闻后，业界报道擎天柱内部认为《封神》系列并不成功，目前已经放弃这一系列。

根据财新网的报道，2014年5月29日上午，警方来到广州擎天柱网络公司办公地，与其创始人、前网易游戏事业部副总经理魏剑鸿进行谈话。此后，魏剑鸿被警方带走。擎天柱公司一名高管向财新记者证实：警方调查指向该公司的“封神”系列游戏涉嫌抄袭网易的《大话西游》系列游戏。而这一事件被网络传言成“丁磊亲

科技精选 | 科技资讯聚合

司将保留追究虚假报道媒体以及其背后指使者相关法律责任的权利。

上述擎天柱公司高管称，该公司的“封神”系列游戏并未对网易的“大话西游”构成巨大的威胁。该公司内部认为”封神”系列并不成功，且“近期准备下架”。

该高管称擎天柱公司目前已经将产品重心从“封神”转移到别的产品上。

就在腾讯入股擎天柱公司不久的这个时间点上，擎天柱公司再次被指“封神”抄袭网易的“大话西游”系列。擎天柱公司方面认为，此举或是网易担忧腾讯在客户端游戏发力，对网易游戏产生实质性影响。

网易的在线游戏是其收入的最重要来源。

网易2014年2月13日发布的财报显示：网易2013年总收入为人民币97.71亿元，其中在线游戏服务营收为人民币83.09亿元，占其总收入的85%以上。

网易2014年5月15日发布的2014年第一季度财报显示，网易该季度总收入为人民币25.19亿元，在线游戏服务营收为人民币21.56亿元，占其总收入的85.59%。

这些数据表明：网易在游戏方面的效益会影响整个公司的发展。

网易对“丁磊亲自带领警方抓捕离职前高管”事件的回应

自带领警方抓捕离职前高管”的传闻，引起多方关注，至今仍不知后续事情进展如何。但根据传闻，这一事件的起因是腾讯作价5亿占股30%对擎天柱投资了1.5亿，大概是腾讯要在自己久攻不下的回合制网游领域发力，因而触动了网易最大蛋糕的利益，最终酿成此事件。

简悦科技：时势造英雄，手游抢占端游先机

简悦科技成立于2011年，由网易前COO詹钟晖（叮当）、网易杭州研究中心总监吴云洋（云风）联合创办，在2013年曾被报道获得IDG资本近亿元A轮投资，而简悦科技在广州成立时被外界认为曾经获得天使投资。

简悦科技的团队阵容也许是游戏创业公司中最为豪华的，CEO詹钟晖在网易担任高管统领网游业务时，网易始终位居市场前二名，并一度反超盛大位居第一，后来又被腾讯所赶超，而CTO吴云洋则是游戏业界首屈一指的资深程序员，曾开发“风魂”系列引擎，被《梦幻西游》等多款游戏采用。

据媒体报道，在简悦里前网易游戏员工占了80%，核心创业团队也全数为网易出走的骨干力量：CTO云风（吴云洋）是前网易游戏杭州研发中心总监；副总裁颜科西是前网易游戏事业部唯一兼具端游、手游制作经验的产品经理；COO陈伟安是前网易暴雪合资公司总经理；营销副总裁范存彦则是前网易品牌总监，网易战略研究中心创始人；董秘兼副总裁柳诲东是前网易游戏销售总监。有投资圈人士表示，像“叮当”这种经验丰富的管理者本身就足够说服力，更何况还带了一支完整的团队，可以称之为创业样板。

尽管简悦不缺资金不缺核心人才，但公司成立至今，只代理运营了一款2.5D格斗端游《狂刃》，市场反响平平，简悦的自研3D端游大作则是改编自唐家三少同名小说的《斗罗大陆OL》。《斗罗大陆OL》单单版权金便花费了500万元，虽然现在游戏界对IP的炒作极为火热，动辄便以千万计，但这个数额在当时绝对是个大手笔。由于《斗罗大陆OL》还没上线测试，因此其质量水准以及表现留待未来的市场检验。

简悦的团队虽然大多是资深端游从业者，但真正令简悦在业界得到认可的不是端游，而是一款叫做《陌陌争霸》的手游。《陌陌争霸》模仿了芬兰游戏公司Supercell旗下风靡全球的手游大作《部落冲突》的玩法设计，是网易系公司“陌陌”发行的手游里营收表现最为出色的产品，今年初披露的月收入超过1200万。致力于端游研发的简悦依靠手游而成名当初绝对想像不到，当初“叮当”在与创新工场谈投资事宜时，李开复是建议他去做手游的，但“叮当”认为自己的优势还是在于一直比较熟悉的端游，没想到最终还是先做出手游并获得成功，这也许是在手游浪潮席卷全球的背景下促成的时势造英雄的无心插柳之举。

九艺与狼旗：低调而务实的端游研发型公司

其实网易系的创业公司远不止上面的3家，尤其是在广州这个号称网游之都的城市里，在此简要介绍两家略显低调的研发型端游公司：九艺与狼旗。



还未上线的《斗罗大陆OL》

广州第九艺术网络成立于2007年11月，公司核心成员平均游戏从业经验超过10年，其中CEO赵青是西山居的元老，也曾是网易方舟工作室的负责人，曾参与开发过《剑侠情缘》的单机与网游、《大唐豪侠1》等多款成功的商业产品。九艺研发的首款奇幻穿越类MMORPG游戏《古域Online》在大陆地区由搜狐畅游运营，也是当年搜狐畅游“祈宝计划”的拳头产品，不过市场反响平平。现在九艺正在潜心研发一款端游与一款页游产品，不过实在太过于低调，外界也并不十分清楚其中情况。

广州狼旗网络创建于2010年1月，由《大话西游》系列之父黄铧先生创立，也是一家低调务实的研发型公司。目前狼旗网络的端游产品有《西游3》，是百度代理的首款端游，以及《伏魔·我欲封天》，由狼旗与盛大双核运营，都是回合制网游，不过市场表现平平。最近狼旗研发的具有正版IP的三消手游《阿狸爱方块》由蜂巢游戏独家代理发行，这也许是狼旗网络在试水手游业务，因而选择先做一款休闲手游。

完美系

无限时空：无限等待公测的《无限世界》

无限时空是由“《诛仙》之父”曾戈创立于2010年1月，公司核心成员拥有包括曾戈、王震宇、王国光、牧童等多名原“祖龙工作室”成员在内的行业精英，3D端游《无限世界》是无限时空旗下主打网游产品。在创立之初，无限时空曾叫做趣游天际，但因为外人很容易与页游巨头趣游集团混淆，后来顺应产品而更名为无限时空。

《无限世界》是原祖龙工作室核心成员，如《完美世界》主策划王震宇，《诛仙》主策划曾戈等联手打造的一款包含着武侠、奇幻、科幻等多元题材的3D端游，并打出了“国产原创网游救赎之作”“诚意之作”的旗号。这款产品还提出了包括“天街计划”“破壁计划”“微改编计划”“创世计划”等在内的“九大逆天级创新”和“十大传


《部落冲突》


《陌陌争霸》

您当前的位置：《无限世界》官方网站 > 新闻公告 > 新闻 >

今日14时《无限世界》开放测试震撼开启

发布时间：2014-03-25 10:09

原创3D全题材网游巨制《无限世界》今日开放测试！

《无限世界》是由无限时空历时四载全力打造的原创诚意网游。《无限世界》首次提出全题材创新概念，以东方武侠世界、西方奇幻世界、未来星际世界、末日辐射世界为主体世界架构多元平行世界观，各个世界融合且独立存在，玩家可自由穿梭各个世界。

经过一次又一次测试的《无限世界》

说级创新″的众多网游创新概念及借鉴自无限流网络小说的概念，但是概念的提出可能一朝一夕便可，而让其在技术上予以实现才是最大的难题。

从公司创立至今，无限时空已经迈过了4个年头，而《无限世界》也已经进行过好几轮测试，比如最近的测试就取名“极限内测”。至今游戏还未能公测，这对于一个创业游戏公司而言想必是一件十分痛苦的事情。游戏项目早在2009年便开始筹备，如今已经经过了5年，不仅技术逐渐与时代脱节，而且国内游戏市场风云变幻，早已从端游时代跨过了页游时代，进入了手游时代，比如原本号称〞无限时空三剑客〞之一的负责运营的副总裁牧童已经离职创业做手游去了。

当然，无限时空历五年磨一剑的底气来自于其曾获得过3轮融资，如在今年3月份就获得了5000万元的C轮融资。无限时空的人员大概对于端游市场近年来的冷暖落差深有体会，但市场时不我待，只争朝夕，《无限世界》既然提出了这么多特别的制作理念，但愿都能克服困难一一实现，让产品早日公测吧。

腾讯系

腾讯由于其在即时通讯领域的垄断而形成的平台优势，在前些年给人的感觉一向是做产品“一直在山寨、从未被起诉”的印象，不过随着最近几年来腾讯对自研业务投入力度的不断加大，越来越多成功产品开始涌现。腾讯系的创业公司也已经涌现了淘米网这样的上市页游公司，还有莉莉丝游戏这样备受瞩目的黑马级手游公司，其实在端游方面，也有一家公司表现极佳，那就是以《梦三国OL》成名的杭州电魂。

电魂网络：避开腾讯而成功，最终仍直面腾讯

这里将杭州电魂归为腾讯系创业公司，主要是因为电魂网络赖以成名并一直作为主打的游戏产品《梦三国OL》，它的制





低调务实的《古域OL》和《西游3》

作人余晓亮曾在腾讯参与多款游戏开发，任〞QQ游戏〞《QQ堂》等主策工作。按媒体报道所说，电魂的核心人员主要来自腾讯、盛大等游戏公司。电魂网络旗下的主打产品MOBA游戏《梦三国OL》在2009年底正式上线，此后在线人数逐年攀升，到2013年最高在线人数曾突破50万，成为端游市场上非常成功的黑马游戏。

根据媒体采访报道，电魂成功的原因在于曾经作为腾讯员工的余晓亮在如何与腾讯竞争方面的独到认识。电魂选择以往腾讯没有研发过的产品，走向腾讯还没有涉足的领域，在用户群的定位和选择上也避开腾讯平台最强势的新手用户阶段。所以《梦三国OL》是一款相对更为考验操作的竞技游戏，比较难上手，面对的是比较高端的游戏用户，而且《梦三国OL》非常需要玩家的操作技巧和游戏智慧。不过就算如此，后来腾讯投资美国Riot Games公司制作的《英雄联盟》还是以绝对统治性的地位成为MOBA类网游的王者，但《梦三国OL》以其先发优势与三国题材的国风特色早已

培养起了自己的用户群，因此杭州电魂的收入也是逐年增长，最近还拟在上交所上市，而据招股书显示，2011年至2013年《梦三国OL》的年营收为1.5091亿元、2.7379亿元、4.7094亿元，其增长幅度实在惊人。

其他系

以上提及的端游创业公司创始人均出自各端游巨头公司，可能有人会疑惑为什么没看到盛大，毕竟在数年前盛大一直是端游市场的老大。其实盛大系的创业公司不在少数，早在2007年，盛大就推出“风云”“18”和“20”三大创业计划，其中风云和18用于投资较为成熟的网络游戏企业，在占有其部分股权的同时，将盛大平台向这些企业开放。而20计划则是鼓励游戏项目负责人在盛大内部创业，项目负责人最高可获得游戏20%的收益分成。后来风云和18计划合并为18基金，运作数年间也投资过不少游戏团队。其中较为成功的一家，制作《鬼吹灯》的上海麦石信息的创始团队就出自盛大，是标准的盛大系游戏创业公司。不过这些公司在当今市场上大多已经销声匿迹，就连盛大的端游老大的地位也不保，甚至掉出了前三。尽管如此，仍然有个别非巨头派系的端游创业公司取得不错的成绩，比如早在2000年便成立的游戏蜗牛，完整地见证了我国的游戏产业从端游、页游到手游的整个历程，至今仍是未上市游戏公司里的一面旗帜，其他如冰川网络与吉比特网络，最近也在筹备上市，下面简要地介绍这两家较为低调但利润良好的端游公司。

冰川网络：在端游冰川上燃烧的“远征”

成立于2008年的深圳冰川网络凭借旗下产品《远征OL》成为2010年网络游戏界的一匹“黑马”。冰川网络创始人，CEO高祥在创立冰川网络之前曾在深圳网域工作，担任过包括《华夏》《飘飘》《华夏2》在内的多个项目。

根据数年前的报道，冰川网络自主研发的MMORPG《远征OL》在2010年最高在线曾超过20万，单月营收达2000万元人民币。而据权威数据统计，2010年中国网络游戏市场共有249款MMORPG投入测试，其中同时在线超过20万人的产品仅有6款，而《远征OL》就是其中之一。可以说，冰川网络是2010年中国网络游戏产业最大的黑马。

如今已经过去了4年，冰川网络仍然依靠《远征OL》作为其营收主力产品，可谓是在端游冻结成的冰川上进行的一场燃烧的“远征”。不过冰川网络的第二款端游《龙武》也取得了初步成功，而且冰川网络在页游与手游领域进行了布局，不过CEO高祥在近期回答媒体时表示，在今后市场规划中，冰川依然会坚持以端游市场为主，但冰川也会抓住机遇涉足手游市场，目前冰川拥有多个手游团队，已有3到4个手游项目在孵化当中，并且组建了专职的发行团队，积极寻求业内优秀手游产品的代理运营。在黑马公司电魂网络拟在上交所上市的同时，冰川网络近期拟在深交所上市，据招股书显示，2011年至2013年《远征OL》的年营收分别为2.18亿元、2.50亿元和2.56亿元，表现依然稳中有升。

吉比特网络：以百万在线免费回合网游《问道》一鸣惊人

厦门吉比特成立于2004年，与本文所写的其它游戏公司不同，吉比特的创始人苏华舟并没有在任何游戏公司担任要职，不过有一点倒是与徐波极为相似，就是凭着对互联网的浓厚兴趣，他在毕业后毅然放弃医学专业，投身到互联网行业，并怀着梦想，在缺乏资金、学历的情况下，从互联网的最基础底层——网吧开始做起，与玩家为伍。后来，苏华舟创立了吉比特网络，并做出了百万在线级别的回合制网游《问道》，在游戏市场上一战成名。

《问道》于2006年公测，其时恰逢网游由时长收费向道具收费的转变时期，在《热血江湖》《传奇》与《征途》等大作宣布永久免费的带动下，各家网游公司的



杭州电魂游戏制作人徐晓亮（右）

MOBA

MOBA消耗排名	游戏名称	所属厂商	精力消耗指数
1	英雄联盟	腾讯	51241
2	梦三国	电魂网络	1567
3	Dota2	完美世界	579
4	英雄三国	网易	136
5	起凡群雄逐鹿	起凡游戏	97
6	300英雄	中青宝	56
7	天翼决	盛光天翼	46
8	星际争霸2	网易	27
9	英雄联盟体验服	腾讯	24

关于MOBA类游戏玩家精神消耗对比

一年“被收购”四五次 游戏圈为何爱看盛大热闹

据说盛大一年下来要被人收购四五次，年前传说被阿里30亿美金买下，年中又说完美可能以小吞大合并盛大，最近又传出来腾讯43亿美金全盘收购之，昨天更离谱的还有人说新闻大亨默多克密会陈天桥，出资100亿美金竞购盛大。



私有化后被“频繁收购”的盛大这回真的要被收购了

产品纷纷转变风向，相继推出了道具收费版本，将玩家的进入门槛降至为零。不过这些免费网游都是ARPG，而当时独占回合制网游半壁江山的网易，却仍在顽固地坚持时间收费模式，大概是丁磊不想背负陈天桥与史玉柱当年承受千夫指那样的骂名吧，反正网易采用这一模式依然接近于垄断整个回合制网游市场。

守旧的强者终究不能阻挡新生事物的发展势头，面对免费回合制网游这块新生的巨大蛋糕，光宇华夏代理、吉比特网络研发的处女作《问道》正是这块市场的拓荒者。据说《问道》在设计之初也是打算要做成时间收费模式的，但当免费模式成为不可阻挡的一股新潮流之后，吉比特的研发人员敏锐地意识到免费回合制网游的市场空白，于是将之改为国内首款免费的道具收费模式回合制网游，最终在光宇华夏的代理运营下获得了巨大的成功。《问道》自公测以来，在线人数一路飙升，并于2009年夏突破百万在线。百万在线的成绩固然得益于回合制网游玩家喜欢多开的习惯，但《问道》却在网易这位回合制网游霸主的眼皮底下硬生生地抢走了这块新生市场的巨大蛋糕，成为免费回合制网游的王者，并且一举确立了光宇华夏与吉比特在游戏业界中不可小觑的地位。

吉比特在《问道》后又打造了《问鼎》，并交由蓝港在线代理运营，不过产品却遭遇失败。《问道》的巨大成功使得《问鼎》的滑铁卢并没有影响吉比特的发展，吉比特后来又先后打造了《问道外传》与《斗仙》等端游以及部分页游与手游，但只是ARPG的《斗仙》略有小成，其营收仍然主要由“摇钱树”《问道》来贡献。时至今日，虽然网易也早已转变风向，先后推出《大话西游3》与《大话西游2》的免费版本，但《问道》的免费回合制王者地位早已确立，网易只是在这块市场上的最有力挑战者。吉比特曾在2012年因骨干员工股东的强烈反对而拒绝博瑞传播以10亿元的价格收购，今年吉比特拟在上交所上市。

端游公司生存沉浮现象之总结

在现今的端游市场上，如多益网络、电魂网络与冰川网络这样一直保持盈利并能持续增长的创业公司实在是太少，更多的可能是在止步不前甚至沉沦，当然外人并不知道它们的经营状况如何，但通过主营产品的表现大致还是可以判断出来的。当初曾受到市场瞩目的端游企业还有不少，比如百游，其自主研发或代理运营的端游一直表现平平，后来涉足单机游戏代理发行业务，因为代理了《仙剑奇侠传5》与《仙剑奇侠传5前传》而名声大震，不过限于单机游戏的营收波动性较大，而且《仙剑奇侠传》作为国民级单机游戏的稀缺性，需要2年左右才能推出一作，因此百游仍然没有找到具有稳定赢利点的产品，而另一家曾经与麒麟游戏一起遭遇上市挫折的武神世纪，最近被传统企业德力股份拟以9.3亿并购。

事实上，在整个端游发展史上，尤其是在本文所说的后端游时代里，还有若干因为产品不行而直接倒掉的不太知名的公司，在此就不再列举。就拿两家几乎都在后端游时代杀入端游市场的知名公司来说，一家是空中网，另一家是深圳研祥高科技控股集团组建的全资子公司梦天堂网络，这两家都是主营业务与游戏或多或少有所关联的上市公司，几乎同期进军端游市场，却造成反差极大的两个结局。

空中网以无线增值业务起家，在2009年底以8000万美元并购上海大承网络后正式杀入端游市场，同时自己也自行组建研发团队制作端游，不过自研的第一款端游《恶魔法则》遭遇了市场失败，后



游戏中恐怖的“多开”

来幸运地遇上了当时还属于全新战争类题材的TPS网游《坦克世界》，这也是《坦克世界》幸运地遇上了当时国内唯一一家愿意代理的游戏公司空中网，最终取得了出乎意料的成功。梦天堂网络成立于2010年初，在韩国网游《七龙珠》代理计划失败后，选择代理另一款韩国网游《天堂梦》反响一般，而后代理国内产品《剑圣OL》遭遇解约，最终在经营一年多时间后以投资人撤资惨淡收场。

以事后诸葛亮的角度来看，如果在10年前做游戏创业，做端游肯定没错；如果在5年前创业，做页游肯定没错；那么现在创业做手游肯定没错，甚至做智能电视游戏也没错。也不是说现在做端游有错，而是说，做手游可能机会更大一些。当然，这是公司战略的规划，作为公司的创始人就应该看到市场机会才对，或许端游研发周期长导致其市场滞后性很大，计划永远赶不上市场与玩家口味的变化，比如现在看到的韩国端游都是至少3年前就立项的，近些年来韩国的厂商全都一窝蜂做手游去了。除了周期长以外，另一个重要原因就是端游的开发成本很高，造成试错成本很高，现在做一款像模像样的端游都得3000万以上的成本，一旦失败，可能公司就得倒闭。

当然，如果能抱上腾讯大腿的话，即使做端游可能也会活得很滋润，比如北京永航科技，其制作的《QQ炫舞》在腾讯的运营下最高在线人数突破260万，有些厂商即使没能取得这么好的成绩，也足够活得不错，比如像素软件的产品《寻仙》与《刀剑2》先后被腾讯代理。但要被腾讯看上需要的是产品足够的品质，如今市场也已经发生了改变，连腾讯这等巨无霸在独占端游过半市场份额之后也越来越多地将资源往手游方面倾斜，而且腾讯花费多年耗资超过5亿打造的MMORPG大作《斗战神》也传出遇到成本回收困难的问题，所以腾讯的大腿也没有以前那么粗了，端游的未来发展，的确是一条坎坷之道。P



到底是什么人追着王思聪喊“老公”？与两女一男的对话

■北京 东三环斟茶员

已经有很长一段时间了，“王思聪与灯神”“老公”和“咱爹不是首富了你造吗”这几个话题在我的社交网络上被连续刷屏。它们甚至从微博评论一路传播到了有牌照的媒体新闻里。我毕竟是大软驻东三环拿着正式工资的的斟茶员，嗅觉异于常人。在某个平凡的深夜，我关掉被乏味老梗淹没的微博页面，突然一个激灵，想到一个问题：你们谁有认识的人——包括女人和男人、包括现实和网络上——真去了微博上追着王思聪喊“老公”吗？

我开始问我社交圈子里称得上是认识的人。从70后、80后到90后，从暴发户游戏公司的VP、忙成狗的会计师、上高中的表妹、师范大学的女大学生，到月入刚过万的坐台女。在遭遇无数嗤笑和白眼之后，我发现他们几乎每个人都知道这个梗，但——没有一个在现实里或网络上发表过“老公”或“咱爸”的言论。所以，在我认识的人里头，居然连一个富有如此娱乐精神的人都没有吗？到底是什么人在追着王思聪喊老公呢？老斟茶遇到了新困惑。我决心直接去王思聪的微博评论里扒人问。

于是，在8月底的一天，大概有十多个微博ID收到了如下陌生人私信：“朋友你好！我是《大众软件》的记者，我想简单问一下，喊王思聪‘老公’是您完全自发，跟着闹着玩儿，还是有人‘建议’您这么做？请放心，发表的内容里不会暴露您的ID。”在我发问的范围里，包含了名字类似“王思聪的哥哥的弟弟的哥哥”，7关注5粉，看起来就不像人的ID，同时也包含了几千关注几百粉的那种看起来很像真实存在的人类的ID。到最后有两个ID回复我。一个ID问：“大众软件？那是什么？”我回复：“一本1995年创刊的IT游戏类杂志，不过即将推出移动端App，成为综合平台的游戏与IT媒体。”该ID回复：“没听说过，那时我都没出生。记者造起谣来不要脸，别来烦我。”另一个ID则回复：“你是大软记者？那你居然都没加V！”他说得很有道理，我竟无言以对。于是谈话没能愉快地进行下去。为避免干扰重点，我把那句话里“《大众软件》的记者”改成了“媒体记者”，然后毫无诚意地复制粘贴，继续追问那些追喊王思聪“老公”的ID。大概一刻钟后，我的微博私信突然被其中一个ID刷屏了。这是一个70关注、40粉丝的ID，性别显示男（虽然后来迹象表明应该是女）。以下是对话实录，由于承诺不暴露微博ID，因此作化名“萌A”。

斟茶员：朋友你好！我是媒体记者，我想简单问一下，喊王思聪“老公”是您完全自发、跟着闹着玩儿，还是有人“建议”您这么做？不会暴露您的ID。

萌A：哈哈哈亲爱的你怎么这么萌！哈哈哈哈哈哈笑死我了！

斟茶员：……哈哈哈这样都被你看穿了。

萌A：你是一个一个把喊王思聪老公的都问了一遍嘛？哈哈哈哈哈笑死我了！太萌了你！哈哈哈哈！自发的



注册这样马甲的我也是不知什么心态



光从马甲来看就不对


萌A发来的让人哭笑不得的照片



问了没反应



王思聪的微博资料上“双性恋”和“丧偶”

还是建议！

斟茶员：额，哈哈……额，这你都知道！你们这些ID是不是其实都是同一个人呀？

萌A：哈哈哈哈哈哈哈！还自发的？！还建议？！哈哈哈哈哈哈哈哈，笑死我了！

萌A：还自发？！还建议？！！哈哈哈哈哈哈哈哈哈！

萌A：不闹了不闹了！

萌A：你怎么不理我了呢？

斟茶员：在跟别的人聊啦。你重复的话太多啦。

萌A：你真是记者啊！

斟茶员：你真是王思聪的小老婆呀？

萌A：我是他的大老婆！哈哈哈哈！

斟茶员：哎不对！！！你丫是男的！！！！

萌A：我是女的阿……你没看见我发的照片嘛！

斟茶员：没看见！显示性别男！真的好可怕！

萌A：我性别男？卧槽！

分享图片（萌A发来一张嘴部被遮住的女孩的照片，大眼睛，齐刘海，齐肩短发）

斟茶员：你一定是95后！

萌A：我98的！

萌A：~~你呢~~00后嘛

斟茶员：我呀……80后。我注意到这个现象是因为，很多人包括媒体都在谈这个现象，但我身边认识的——无论是现实中还是网络上，都找不到一个真的会跑过去喊王思聪“老公”的男人/女人。你身边这样的人多吗？

萌A：哈哈哈这都是闹着玩的啦！当然王思聪愿意也可以！

斟茶员：恩了解了。就是想问下，你身边的小伙伴，喜欢这么闹着玩的多吗？

萌A：多呀，我刚才q上发说说还有好多人跟我抢呢！

斟茶员：q上发说说，说啥？

萌A：说我对象是王思聪。

斟茶员：……

斟茶员：1998，你现在上高二，对吧？

萌A：嗯对。9月1号该高二啦！

斟茶员：对了差点忘了问了。要是没人先去喊王思聪“老公”，你会想到主动去喊他“老公”么？

萌A：不会阿。

萌A的打字刷屏速度实在很快。在对话的中后段，另一位ID回复了我，显示是男性，153关注130粉。按承诺，“甄低落”为化名。以下为实录。

斟茶员：朋友你好！我想简单问一下，叫“咱爹”是您完全自发跟着闹着玩儿，还是有人“建议”您这么做？

甄低落：？？

斟茶员：恩就是调查一下这个流行现象中个人的心态。

甄低落：你蛮有闲心的嘛！

斟茶员：……是的是的。

甄低落：也就是流行现象吧。自嘲加羡富吧。你说的有人建议我这么做什么意思？

斟茶员：自嘲……感觉还是有些不太一样的。比如喊韩寒岳父，那是因为小野确实很可爱，自嘲“屌丝”，这个词在很多人看来是渐渐消去了贬义了吧？我注意到，很多家媒体都在谈这个现象，但我身边认识的——无论是现实中还是网络上，都找不到一个真的会跑过去喊王思聪”老公“的男人/女人。

甄低落：说不好那是喊他老公的男人的另一个号。网络就这样，撇开了道

德，也没有被熟人认出的尴尬。谁都不认识谁，娱乐一下。

斟茶员：恩，可以理解的。你是90年以后的？

甄低落：94年。20，要奔三了。

斟茶员：恩，原来如此。您身边喜欢这么闹着玩的男生/女生，多吗？

甄低落：肯定多，但现实中绝看不出来Ta晚上都干嘛了。

斟茶员：对了，问你个事儿。要是没人先这么喊，你会想得到喊王思聪“老公”或喊王健林“咱爹”么？

甄低落：从众呗，但也说不准我就是那第一个这么做的。

斟茶员：哈哈哈，那你可是开创历史了。

甄低落：总会有人这么做的，纯粹是玩嘛！

斟茶员：第一个这么做的或许是网络炒作推手。

甄低落：王思聪需要别人推来出名？

斟茶员：眼球就是资源，得益的并不一定是王思聪本人。

甄低落：娱乐而已，不管谁得益，我没吃亏。

斟茶员：是的，所以这也只是一个简单的小调查而已。

按承诺，麻花是化名。其实头像是个长发嘟嘴的姑娘，如果头像照片是本人，那么应该比萌A年长，可能是80后~95前的姑娘。关注和粉丝都在100~200之间。

以下为与麻花的对话实录。

斟茶员：朋友你好！我是媒体记者，想问一下，您喊王思聪“老公”，是完全自发的凑热闹开玩笑，还是有谁“建议”您这么做？请放心，不会暴露您ID。

麻花：肯定是开玩笑的啦~

斟茶员：我注意到这个现象是因为，很多家媒体都在谈这个现象，但我身边认识的——无论是现实中还是网络上，都找不到一个真的会跑过去喊王思聪”老公“的男人/女人。

麻花：如果他喊了被你们知道了岂不是很丢脸

斟茶员：那……要是丢脸的话，其实也不好玩儿嘛~~~一个梗反复玩，很快就会腻烦的吧！

麻花：对啊，这个也是一样，就像有人叫韩寒岳父一样，过了一久就不会有人再说了，仅为娱乐！

斟茶员：恩，大概能明白的。方便问下，您是几几年的么？

麻花：你是每个人都要问这个问题吗……

斟茶员：唔，大致是吧。

麻花：那你截图给我看啊。

斟茶员：放心吧，除非您特殊要求，我不会暴露您ID的。

麻花：……

麻花：莫名其妙死缠不休！除非你发给我截图！





▲ 王思聪微博下的“精彩回复”

◀ 仿佛参加了州长竞选的王健林

斟茶员：原来如此，那打扰啦，谢谢您的回答。

我有一个大学刚毕业的表弟，非常喜欢韩寒。他在我面前说了大概三次“岳父”后被我喝止：“能不能换种新鲜的表达？哪怕是喊小四岳母呢？”他顿感词穷，羞惭退下。但我藉此意识到两个事实。第一个事实，作为“6万万网民最大国”，中文互联网上段子传播的战略腹地特别广，一个没有二次咀嚼价值的梗会在社交网络上重复出现很长时间，性质常常属于沉渣泛起而非发酵——因为发酵至少还有些新味道。第二个事实，韩寒的“国民岳父”称号具备“喊出口的群众基础”，这与对王思聪喊“老公”有很大区别。往小了说，口头占人女眷便宜是“中华传统”。往大了说，虽然不好与同为东亚的日本比较“耻感文化”，但要把自己也一道搭进去，大部分男人还是会感到别扭的吧？至于绝大部分女人，哪怕心理或生理上渴望多金、健硕、温柔或穿干净白衬衫的男人，但因为女人大抵上是现实的动物，明显吃不着的肉绝不会轻易表露——况且大部分女人也不会追着喊“老公”，而是会作张牙舞爪状：“阿祖，看老娘把你扒光！”总之，在我认识的人类里头，拜金和纵欲被很多人喜闻乐见，但这样对着王思聪喊“老公”是缺乏群众基础的。

在复制粘贴了数十次之后，最终只有5个ID回复。但这足以确认一个事实：尽管在你认识的人里头一个也没有，但6万万网民中，确实存在追着王思聪喊“老公”的人——尽管或许连他们自己都无法辨别，这算不算一种娱乐。就已知样本来看，是否会身体力行地参与“老公”的嘴上娱乐，的确与年龄相关，或许用“××后”来作为标签并不恰当，因为无论是70后还是80后，都曾经年轻过，单纯按照统计来看，目前为止线上线下问到的人里，“93前”无一人亲身参与了这种造势。其实这调查到底有没有意义，有多少人真正在乎呢？谁认真，谁不认真都没输赢，有太多“意义”是在现象之后被赋予的，有太多现象又在年龄增长后自然消逝——何况话说回来，这样的调查也不见得比喊“老公”更没意义嘛！



“三国无双”出手游你怎么看？

■北京 中崎峻

引言

2014年7月31日，日本光荣特库摩公司推出了以《真·三国无双》系列为背景的新卡牌手游作品《真·三国无双 Blast》（日文名：真·三國無双ブラスト）。该游戏以《真·三国无双7》为基础，除了传统的无双武将外，还添加了不少“大众脸”武将作为新的造型，一时间在《真·三国无双》系列的爱好者中掀起了新一轮“刷刷乐”的热潮。

玩家初次进入游戏时，可以从张辽、赵云、关银屏、朱然4人中选择一个进行游戏。笔者在这里比较推荐使用朱然，攻击距离比较长，而且是一个适合用来刷卡的角色。这点会在后文详细说明。

出阵

出阵分为列传、激斗篇、特别篇。

列传顾名思义，就是无双武将的个人列传。当玩家获得新的SR武将时，就会解锁该武将的列传，玩家按部就班一步步打完即可，列传的整体难度并不算大，可以说是一个熟悉角色性能的模式。当然了，列传的最大看点其实是光荣公司那大开的脑洞，对各个角色力图从手游角度再次塑造，比如甄姬不遗余力地在背后支持曹丕的霸业，而曹丕又如何表现出一个温柔爱妻家形象。喂喂！丕大少，你难道忘记了你是怎么赐死你家甄姬的了么……每个角色的列传完成时都会获得相应的报酬，比如武将登用券、宝石，武将卡片等。列传中的每个关卡都有一个固定的作战关卡，作战关卡都是要求该无双武将出战，第一次完成时基本都可以获得宝石。

激斗篇包括了从反董卓联合一直到赤壁大决战总计8个大关卡，每个关卡中还包括若干小关卡，激斗篇的难度比起列传来说可谓激增，所以挑战激斗篇的关卡时玩家需要对自己的军团进行合理的搭配。

特别篇从周一到周五各不相同。周一到周五的觉醒战关卡是武将觉醒的专用关



出阵，作战

卡。每个武将在达到级别最大时，通过挑战相应的特别篇关卡并胜利即可觉醒，觉

> 游戏名：真·三國無双ブラスト
> 对应机种：Android 4.2以上的机型；安装iOS 5.1.1以上的机型
> 收费：游戏本身免费。道具收费。
> 注：该游戏目前仅在日本运营


军团即是玩家出战的构成

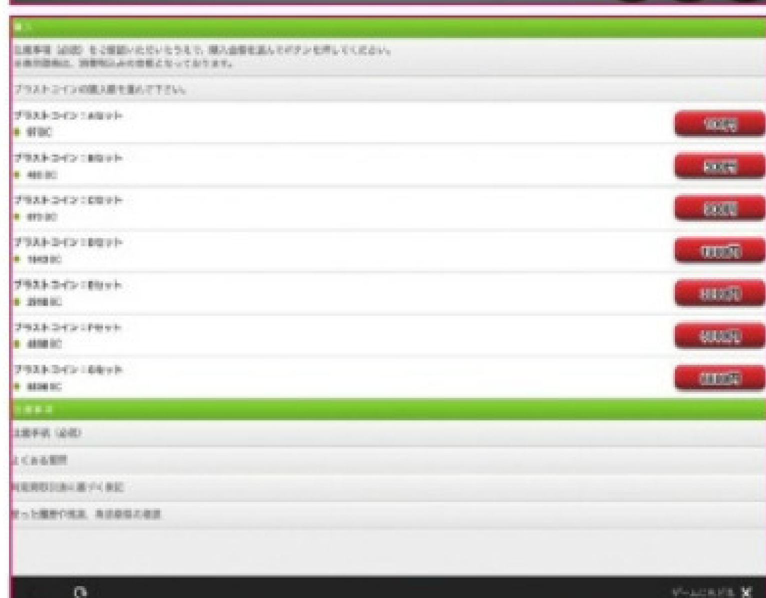

强化是唯一一种提升武将等级的方式

醒后武将的C系攻击会增加一个，同时等级上限变为以前的2倍。周六周日的名士锻炼战可以得大量的水镜先生卡，可以用来强化武将。

登用

这个嘛……笔者坚定地认为这才是这游戏最坑人也是最吸钱的地方。这是一个万恶的抽抽乐模式，或者说，是万恶的看RP的模式。可以说不少玩家玩这个游戏，收集武将卡才是一个乐趣。登用分为三种，花费300宝石登用1人，可以积累400P，或者花费3000宝石登用11人，可以积累4000P以及使用武将登用券登用。每天系统会赠送一次用宝石登用武将的试手机会。即玩家可以先进行登用，如果不满意可以取消，不会花费宝石。当然这样的机会一天只有一次，更重要的是当笔者写本文时，运营方已发出公告，试手气模式要在8月底结束，以后估计会变得更加坑人了？游戏中的宝石的获得手段是相当少的，除了各种关卡第一次游戏时可以获得外，其它情况下只有通过打关卡获得的金色宝箱来拼RP。然后笔者再给玩家算一笔账，宝石除了“刷刷刷”之外，更直接的就是直接充值购买了。游戏中充值后得到BC点数，BC点数和宝石是1：1的兑换关系，而BC点数和日元的兑换比率则连1:1都不到！由于日本国内近年提高了消费






类似“抽抽乐”的登用模式

税的缘故，以最低的购买为例，100日元只能换来97BC。这就变成了超级大坑，一个早期SR级武将需要花费8000P，也就是说，6000宝石才能换来一个SR武将，这就等于玩家花费6000多日元才买来一个SR级武将……而6000多日元，也足够购买一个PS3或者PS4的游戏了好不好！天坑召唤你，课不课金，自己选吧……这价格直接瞎了课金狗眼啊（注：课金为日语，本意为付费）！

战斗

玩家自己的军团主将角色旁边的数字为自己的等级。战场上会有障碍物、兵器等等，这种时候用武将特技可以直接破坏这类战场单位，比如夏侯惇当队友时的特技为苍碎，1点消耗，专门拆大面积障碍很合算。角色觉醒后，在右侧会有2个C系攻击按钮，角色出现蓝色光芒时使用C攻击则是CHARGE BLAST模式，可以卷入更多敌人并且伤害更高。同时觉醒后


名鉴，玩家已经入手的各种级别的武将都可以在这里进行查询


本阵中的武将

的两个C系攻击可以互相接1次CHARGE BLAST模式。比如赵云，第一个C为传统357的C5，第二个为C6，可以先使用C5的CHARGE BLAST然后在C5结束时出现蓝光后再使用C6的CHARGE BLAST模式。对于激斗篇的高级关卡，这点很有用。


《Blast》中战斗画面

战斗中会随机出现紧急作战任务，如果能够完成，则一定会获得金色箱子。同时战场中的天气如果是雾天，快速完成该关卡也一定可以获得金色箱子。金色箱子必然会开出R级武将。而且关卡难度高的话，可以开到高COST的R级武将。同时金色箱子也是刷宝石的要点。前面在登用篇里已经说过，宝石在列传、激斗篇中，可以在第一次进行每关的作战任务中获得，但是之后要刷宝石就只有指望开金色箱子送100个了。所以遇到紧急作战任务之类的，一定不要放过。另外每个关卡完成后得到的箱子也是随机的，与作战的表

现并无太大关系。所以如果有雾天战场的关卡，一定要努力速胜以获得金色宝箱。如果玩家不打算付费的话，刷宝石则成了这游戏后面的重点了，这里专门说一下笔者推荐用朱然开局的好处，因为朱然列传里的第二关为濡须口之战，濡须口之战的第二场战斗就是雾天，可以很稳定地刷金色箱子，同时这关流程为4场战斗，完成作战关卡还可以额外得到一个水镜先生，等于一次作战即便没有刷到宝石也可以拿到5张卡片。也是用来刷卡进行武将强化的一种方式。


游戏中的紧急任务


紧急任务成功



作为报酬所获的宝箱

战友

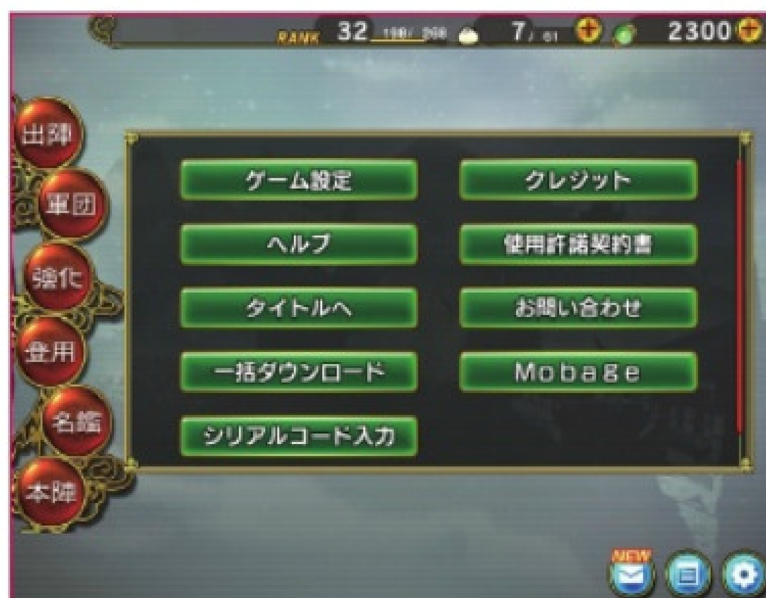
战友就是游戏中你添加的好友，可以通过战友名单进行确认，同时玩家可以要求战友出战时以守护或是回复的援军出现。这点比较合理、人性。一般来说，选择一个回复型高级战友会很方便。毕竟本阵的陷落就意味着失败，而当本阵或者玩家自身体力低到大约15%左右时，战友会自动帮你回复一次，大约为5000HP。这个发动是必然的，但是一关似乎只有一次。小提示：和传统无双一样，战友其实还是很给力的，尤其是高级战友，不在视线内的情况下战友对AI尤其是那些没名字的副将的伤害要远比玩家有效率得多，所以可以善加利用这点，自己主打一个敌将，把战友放在视线外去打其他皮厚的敌人。

副将

副将是相当重要的环节。要想比较省心，就要善加利用自己的军团副将，合理搭配副将的特技。一般来说，除了自己最习惯操作的主力武将外，还需要搭配一个可以回复的副将、一个拆兵器的副将、以及一个具有AOE效果的副将。如果遇到难度比较大的关卡或者自己的实力不够



游戏中的武将文丑



设定，在这里可以调节游戏中的显示、声音等

强，则可以考虑搭配2个具有回复效果的副将，同时根据关卡结构，玩家可能需要搭配具有AOE效果或者拆兵器的副将。具有回复效果的非SR武将包括卞氏、袁姬等人的鼓舞，周仓、曹洪等人的士气高扬。同时SR级别武将当中的关银屏、孙尚香等人也具有回复效果。具有破坏兵器效果的武将如文聘、满宠、张辽、夏侯惇等，这些人的特技对兵器都是秒杀效果，区别只是对敌人本身的伤害大小以及消耗的无双量。具有AOE效果比如吴国太、荀彧、郭嘉、陆逊、关羽等人，他们的特技都具有不低的伤害和范围，面对多个敌人时基本可以实现一发逆转。其他武将比如甄姬、曹休，可以回复无双，比如朱桓的气绝可以让范围内的敌人陷入气绝状态无法继续攻击；于吉、吕布的特殊技能则可以让除当前特技外其他特技、无双可以再次使用（即瞬间解除其它无双或者特技的CD时间）。玩家可以根据自己的习惯以及战场的实际情况进行搭配。而且玩家也一定要注意副将等级提升才可以真正事半功倍。

作为一款手机游戏，《真·三国无双Blast》可以说是光荣特库摩公司的又一次大胆尝试。近年来，光荣也开始越发注重在手机、平板电脑平台上推出各类游戏，同时也推出了一些网页游戏，如颇受好评的《信喵之野望》等游戏。在多种平台上不断扩展自己的业务，也可以看做是光荣公司与时俱进试图继续扩大影响、培养出更多粉丝的表现。而《真·三国无双Blast》的出现，笔者认为更多地可以看作光荣公司在对“无双”系列将来登场人物做的一次调查，很多角色都制作了新的造型图，虽然风格介于传统的《真·三国无双》系列和《三国志》系列之间，但是这种“大众脸”变“有颜党”的尝试，让很多喜欢《真·三国无双》系列的玩家大呼过瘾，甚至在《真·三国无双 Blast》刚开始运营的几天中，几度因为玩家数量激增导致服务器不得不中断进行维护。由此也可见广大玩家对这款游戏的喜爱超乎了光荣公司自己一开始的意料。截止到行文时，《真·三国无双 Blast》已运营了一个多月了，除了早期公布的13个SR武将外，还追加了星彩、甘宁，以及使用《真·三国无双6》造型的关羽、甄姬。同时也增加了文钦、凌操、王允等人。可以说，短短的一个月就让官方两次追加新武将，如果没有足够的人气积累是无法做到的，同时也可以预料到，在将来，官方还会追加更多的武将。或者说，氪金之坑会越来越大？



◀花鬘：南蛮王孟获的闺女，关索家的又一位……不过关索本人和鲍三娘的戏份以及表现都很惨淡，花鬘你唯一的出路是打算和爹妈一起了么？



▶夏侯姬：张飞的夫人，夏侯渊的侄女，在“无双”系列中也一直有着不低的要求“转正”的呼声



卧虎俯首，藏龙低头
为何手机平台鲜有大型MMORPG

■浙江 木然

对于内地电影来说，《卧虎藏龙》是一个神话，它对于武侠世界的诠释，不仅征服了国人，也让老外对那片江湖幻景如痴如醉。自那以后，冠上这个名字的事物，似乎天生就有不凡之气，手游《卧虎藏龙》给我带来的第一印象便是如此。通过一部短短的宣传片，它让我暂时放下了对国产手游的偏见，并无视了400多兆的安装包大小，只为“一亲芳泽”。

现在看来，这个词用得还是有点肉麻了，《卧虎藏龙》并非我想象得那么出色。也许只是我的期望太高，还未见其貌便先将她设想成一位遗世独立的仙女，直到水落石出之后，摆在我眼前的只是一个看起来很美的花瓶。作为一个颜控，我只能说，虽然你长得还行，但外表之下的肤浅和庸俗，已经深深地出卖了你屌丝的本质。很遗憾地说，《卧虎藏龙》就是这么一款“期望越大，失望越大”的游戏。

试玩后我反思了一下，又觉得这个评价多少有点站着说话不腰疼。《卧虎藏龙》表现确实不好，但从设计上还是可以看出开发者试图有所突破或创新，但这一点小小的进步也被市场和平台给局限了，导致游戏比上不足比下有余的尴尬处境，用两个字来形容，那就是“妥协”。

《卧虎藏龙》因为哪些原因作出了妥协呢？“发热量”，我脑海里首先冒出来的就是这个词语。作为一款MMORPG，大量的建模、贴图和预载，对小小的手机来说是个非常严峻的考验，再加上自由视角，机身发热量可以说是成倍上升，尤其对于一些散热不太好的手机，这种游戏简直就是“火上浇油”。《卧虎藏龙》怎么会没想到这点呢，就宣传片展示出来的效果，不是顶配手机根本没办法达到满帧演算（其实更有可能是在电脑上运行的），所以你进去以后才会发现这款游戏几乎没有远景可言，开发者为了照顾大众手机配置，将范围内可显示的多边形降到了一个堪比PSP《三国无双》的程度（而且优化远没有后者优秀）……这个类比可能不太恰当，不过现在的手机配置跟PSP比不知高到哪里去了，就算没办法兼顾画质，花点心思把缓冲做好一点，让景物模型出现得更自然一点也不是一件难事。关于这一点，《卧虎藏龙》的“偷工减料”实在无法给人一种MMORPG的感觉。

既然提到偷工减料了，不妨在细节上做些进一步的吐槽。游戏号称的即时战斗系统，技能效果会随着COMBO（连击）产生变化，但实际上能用的技能没有几个，二测到了40满级技能栏都没挂满，所谓的输出循环就是重复的机械点击，所谓的走位和技能搭配可以说是几近于无——当然这也不全是坏事，至少这样的设定对轻度玩家相当友好，而且手游的操作方式也限定了在那


贴图错误还是预载失败？


这大概是游戏里能够看见的最好的“风景”了

块触摸屏上很难玩出太多的花样。很多参与测试的玩家拿《卧虎藏龙》和GAMELOFT出品的《混沌与秩序》比，得出的结论是后者完爆前者。当然也马上有人跳出来反驳，说“混沌”那玩意儿太复杂了谁会在手机上费尽心思地玩好一个游戏。显然这种“较真”精神的缺乏也在开发者的预估之内，所以他们为《卧虎藏龙》套上了大型MMORPG的皮，却给了它一个与其他国产手游无异的快餐核。

快餐的另一个佐证是，《卧虎藏龙》尽管作为一个MMORPG，却保留了原本不该有的自动寻路功能。要知道，《混沌与秩序》之所以被称为掌上的《魔兽世界》，是因为它给手游玩家带来了截然不同的RPG体验，其中就包括它庞大的地图和模糊的提示，以及相对于地图来说角色较弱的行动力。不是我崇洋媚外，但我还是得说，要做与国际接轨的MMORPG手游，不应该先把“自动寻路”这种有中国特色的游戏功能去掉吗？

然而开发者大手一挥表示我们不兴老外那套，奇幻世界的土鳖哪懂我中原武林的浪漫，坐骑传送什么的都弱爆了，直接上轻功！这就是游戏的第二个忽悠点。玩过“剑网3”的朋友肯定觉着《卧虎藏龙》的轻功眼熟，因为这就是前者轻功系统的简化版。我们可以把它看成是一个快速赶路技能，而且实用程度大大超过了自动寻路（前提是你会用的话），最重要的是，无论是“剑网3”也好《卧虎藏龙》也罢，轻功的设计都是非常酷炫和飘逸的，赏心悦目的程度直逼极品装备/坐骑，另外《卧虎藏龙》中的轻功也出现了分段/级的设定，轻功等级越高，特效和动作就越华丽——是不是听着耳熟呢？对啦，这也是时装或VIP的变种之一。

好了，让我们总结一下《卧虎藏龙》对市场和平台的妥协之处。先降低多边形数量，争取低配置用户，但实际上就算这么做了，小米等千元价位的手机用户仍表示视角转起来那叫一个卡，发热量玩起来那叫一个大，所以等于是两边不讨好；其次是战斗系统对操作方式的妥协，想做精品却屈从于市场，最后拿了个半成品出来，恶心别人也恶心自己；最后保留自动寻路，又加入了轻功这种大幅强化行动力的东西，变相削弱了游戏中其他交通方式的存在感（说实话马车的设计我还挺喜欢的），也和“剑网3”一样，白白浪费了费心设计的地图。

截稿日前游戏二测刚刚结束，三测即将开启，九游也欢天喜地地贴出了运营数据，包括各种刷榜，独立IP超10万、登录人次超180万。但这款游戏过多的妥协恰恰说明了这胜利属于快餐，而非MMORPG，这也更证实了“手机平台很难出现真正意义上的MMORPG”的说法（对，就是我说的）。如果《卧虎藏龙》以后在三测、四测或者更多的版本里通过游戏性打动了玩家，那活该我被打脸；但若它只是昙花一现，转瞬即逝，我也只能笑笑，吐槽自己在某天下午浪费一个多小时玩了款无聊游戏而已。



大约一年前我说“混沌与秩序”是手机上唯一真正意义上的MMORPG——如今仍是


看起来很美的轻功



▲“繁华”的都城长安



这么三观不正的广告真的“大丈夫”？▶



插电的现实
从《高考恋爱一百天》说起

■海外 呼吸机

2014年7月底，《高考恋爱一百天》发布。顾名思义，这是款恋爱养成游戏。早在游戏介绍里，女主角就如板上钉钉般被定为“仓鼠系”，游戏中的若干结局也在宣传博文中贴出。人物单维度，剧情简单，但这类游戏的乐趣恰恰就在其中。和多数国内AVG小制作一样，游戏拥有较正面的评价，不像更主流的游戏在险恶的评论界中挣扎。

在一百天的时间中，你可以在每天选择行为，在个人几项指标和与他人的好感度之间进行抉择，这是同类游戏中俗套的设计，但在高考前的一百天中，你必须在前途与爱情中做出自己选择，这同样以很好的流程恢复了高考的原貌。最重要的是，作为中国特色的高考，终于被搬入游戏中。玩家在高考和恋爱间抉择的同时，制作组必须在游戏和现实中做出同样艰难的嫁接。这篇文章中，我们不妨盘点下社会现实在中国游戏中的体现，以及该类游戏的得失。

从启示录到幻想曲：中国现实游戏的天路历程

1996年，西山居发行了号称“大陆第一部”的商业游戏，和诸多试水作一样，制作者将自己身边的中关村作为游戏背景和题材，并取了类似纪录片的名字《中关村启示录》。从今天的视角看，《中关村启示录》难言出色。和《大富翁4》一样，游戏有许多Bug和必胜法则，整个流程过分简单，缺少吸引玩家的元素，摸索几天便变得索然无味。业内对版权的草率处理和对过去作品再版复刻的缺失让其逐渐被遗忘。但《中关村启示录》给我们最大的启示，并不在游戏性上，而是作品展现了90年代末期的中关村以及中国蓬勃发展的IT业。该作品虽然难言深刻，对现实的表现也流于表面，但完全诚实。游戏中不但有炒股、投资、招聘人才，也有官场控诉和潜规则。并且玩家对人才的管理也是官场化的，随意奖惩。和当时多数大陆游戏的格调一样，《中关村启示录》相对乐观，展现着对未来的信心，尽管中间夹杂的某些细节让人不由对襁褓中的新兴产业担忧。

《中关村启示录》的背后，是中国游戏制作者思维方式中的一环。比之幻想，他们同样热衷于将周边环境拉入游戏中，展现现实。这里我们不妨将现实定义为游戏主题内容世界观与当代中国公民生存环境的相似处。而诸如《东东不死传说》和更早些的真人AVG《爱情圆周率》，核心却是脱离现实的，不在本文讨论范围之内。这类“现实游戏”比之统治界内20载的武侠RPG成本低

廉，创意简单，但玩家群小，所以一直在小制作的圈子中活跃着。他们中的多数因为社会和经济的双重原因没有实体上市，但作为茶余饭后的消遣，却深受大众喜爱。

另一款2001年出品的《北京浮生记》作为长久不衰的小游戏，用夸张的黑色幽默风格复刻了边缘人的打拼史。游戏流程不过是对盗版盘、水货手机和假烟假酒的低买高卖，但题材吸引了很多玩家。“中关村”和《北京浮生记》的价值观同样朴素，涉及到社会阴暗面，但吸引人的是主角拥有“自己动手、丰衣足食”的机会。青年人可以通过游戏中的几个小时奋斗成大款，整体基调表现了经济现状相对乐观的时代。

2004年，国内小组傲雪发布了《工大历险记》，沿用了小制作者的独立发布方式。游戏中，玩家需要经营金钱和时间，养成能力，提升自我，并且和四位女主角发生恋爱关系。作品对大学生生活复原度较高，但和同类作品类似，前期精致，后期数值紊乱，内容疲软。游戏里有不伦不类的内容，比如武林绝学的插入。傲雪早期的游戏都很愤青，在“工大”中，你甚至有机会暴打岛国首相，这些内容都可以看出傲雪的不成熟。

从这些细节不难看出《工大历险记》的制作者是一群学生，就像《中关村启示录》的作者是一群在中关村打拼的年轻人一样。同样地逻辑，也发生在无数RPG Maker小制作上。

同年，由蓝色波浪制作的《毕业生之黄金岁月》发布，讲述一个大学毕业生直到而立之年的打拼故事。游戏中，你必须在各种活动中抉择，争取地位、房、车和配偶。游戏制作粗糙，细节上非常俗气，加上所谓事业爱情本身就铜臭味满满。整个程序文字简陋，配上二流投资杂志的图片，让笔者好半天才适应。你明知泥泞也只能硬着头皮闯，现实不也如此吗？值得一说的是，这款游戏在十年间不断更新，数值较平衡，还推出了小说版，不难看出独立作者之用心。但比之之前的作品，这一部明显内容惨烈。虽然劳动可以发家致富，但优胜劣汰的丛林法则高高在上，主角不但付出青春，还必须顾及健康和家庭关系，不只是招贤纳士创造商业帝国那么简单。结果，无论是非成败，青春岁月一去不返，也不由让人感伤。

在2010年左右，当经营和养成类游戏逐渐跟不上时代，小游戏的定义逐渐变成流程短、节奏快的作品，现实元素的加入也从先前和幻想泾渭分明变成与各种游戏元素的结合。但整体来说，现实在游戏中的位置变了。《植物大战僵尸》流行时，《小贩大战城管》和《钉子户大战搬迁队》也随之浮现网络。这两部作品顾名思义，充满恶趣味和宣泄。即便创意上再粗糙，流行便是成功的风向标。它们一夜风行网络，粗俗、直白、彻底的廉价、对现实不满的宣泄，变成了当代“现实”的代名词。

另一个让笔者具有持续兴趣的制作组66RPG常在作品中涉及政治。他们在《姜太公的小岛》《永夜幻想曲》中做出许多政治讽喻和社会评论，比之“小贩”对作品艺术性方面更加具有野心。这是很好的出发点，但制作过程的随意和作者对现实的简单理解让剧本简单粗暴，过分说教，其中的讽喻也让作品变得狗血。从“启示录”到“幻想曲”，现实题材的小制作在国内走过一条艰难的道路，就像国产单机本身——“仙剑”每代的宿命感，或“轩辕剑”系列屡屡出现的无法扭曲大局面的无力感，不正是当下单机市场现实的写照吗？

高考VS恋爱：一个AVG制作组的道路

“高恋”是款模拟《心跳回忆》的养成游戏。人物具有许多属性值，包括语文、数学、外语和综合四大科目的能力，以及压力、体力和各个角色好感度。每一天被归为一个回合，每回合中，主角可以做出自己的选择：学习、休息或是和女友聊天。每天会出现随机事件和很简单的主线。而结局完全是开



《高考恋爱100天》中“仓鼠系”女友



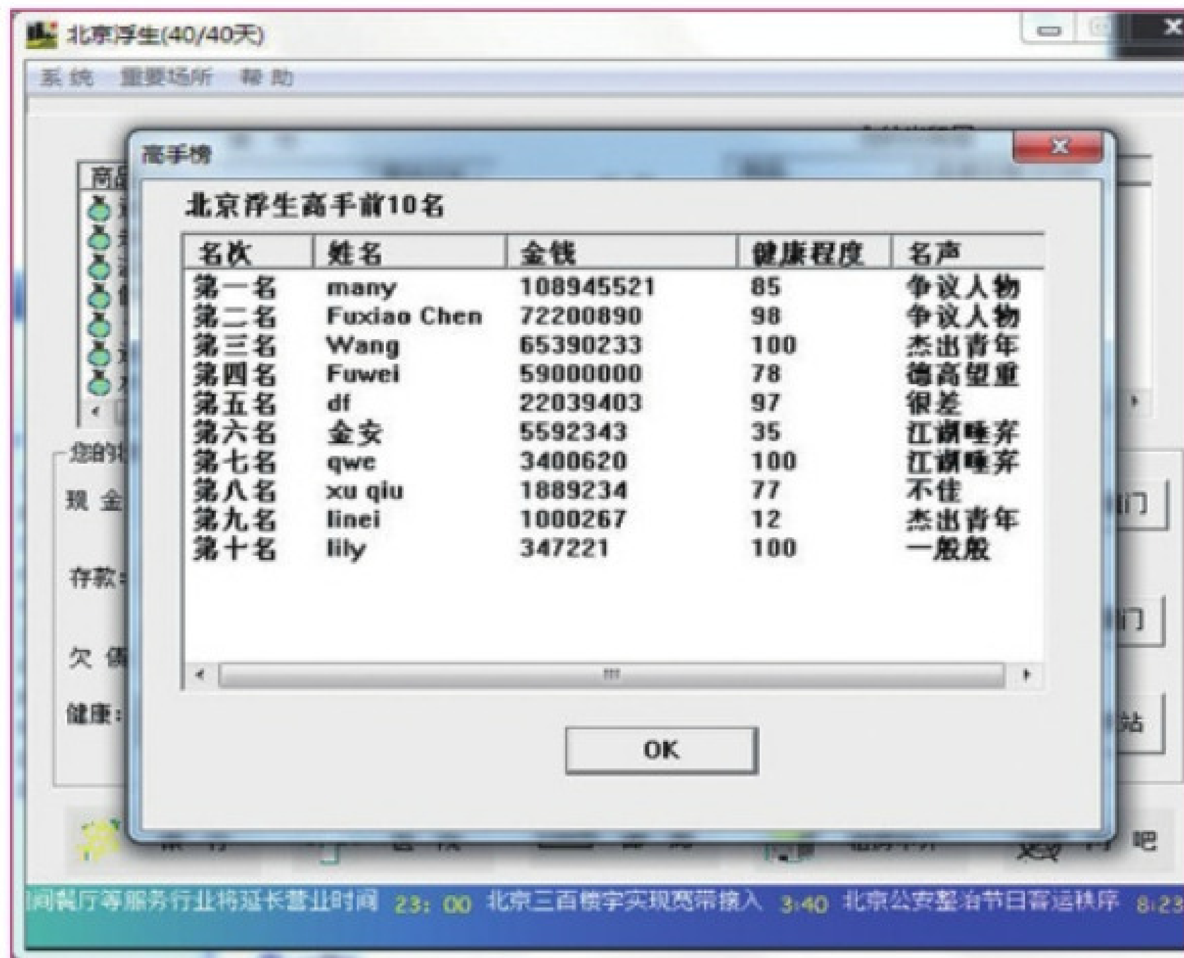
《中关村启示录》标题，这确实对一代人都是“新世界”



《大富翁4》是许多玩家的童年回忆



与现实生活几乎无关的恶搞作品《东东不死传说》



同样制作简单，内涵“深刻”的《北京浮生记》



《工大历险记》里拥有四段感情经历的“人生赢家”



制作略显粗糙的《毕业生之黄金岁月》

放的，数目多达50个。游戏的乐趣不在于剧情而在于多周目，当玩家完整地把握剧情后，游戏才刚刚开始。在熟悉的选项中进行选择，尽可能在同样的时间内完成对数值更高的养成，是游戏的核心乐趣所在。

《心跳回忆》式的养成游戏，已经过时良久了。随着养成和经营类游戏的衰落，同类作品杳无音讯。就国内情况来说，这和主流RPG逐渐取消多结局设定不谋而合。玩家对虚幻的选择权渐渐失去兴趣，自由意识和选择权利渐渐被一条线跑到底的宿命论代替。它和纯爱没落发生在相同的时期，社会压力增加，经济萧条，让选择逐渐流失。

在该类游戏还风火的年头，国产单机正处于顶峰。当时单机颇似当下手游，凡是国外吃香的，国内便有仿制品。较著名的作品包括两部号称大陆最早AVG的《情人节》，还有《蓝调情人》《求婚365日》等至今想起来让人起鸡皮疙瘩的名字。这些游戏多有复杂的数值和时间点的设计，搀和着三流言情小说剧情，很快随着国产单机没落成为历史。

就“高恋”而言，《心跳回忆》式成长学习的系统很完善地复刻了高考本身。对当代学生族而言，高考无疑是一种困难的抉择。游戏中有对现实元素的运用，最重要的在于高考。高考不但采用与中国多数地区相似的分制，并且模拟考试时间设计也完全是现实照搬上来的。学生装备有电子词典，教辅书，各种熟悉的道具如《五年高考三年模拟》书本和小零食等等层出不穷。游戏对白多次影射流行文化、动漫和宫斗剧，并对之吐槽。笔者猜想玩家在游戏中是否有看《银魂》时的心态。游戏复原了高考流程，细节上却比早期国产AVG愈发日化。在《蓝调情人》那个互联网尚不发达，宅圈还未兴起的时代，作品即便吸收了外国的游戏形式，原型还是当时流行的言情小说，而“高恋”则借了日式校园的背景，形式上利用了适合“高考”的过时养成模式。从水兵校服造型到“班长大人”之类扭捏的说话风格，都和真实生活脱轨。但在这里，当制作人的臆想和玩家们的臆想吻合的时候，和生活脱轨又有什么呢？“高恋”角度较潦草，主线很简单，剧情毫无转折，几件家常小事加上些鸡毛蒜皮的随机事

件，凑满百天倒计时。对人物的描述也无出其右：没有性格可被随便代入的男主角、热血的基友、班长、学妹，每一环都显老套。剧本文采平平，家长里短，时常还要用省略号“意会”。但将这些元素七拼八凑，整个游戏反而别具一番乐趣。高考题材的新颖，流程的简短紧凑，结局的多样和细节上与真实生活的照应，让不少玩家欲罢不能。

这种“乐趣”首先源于高考本身。游戏中频繁出现的晚自习、考前突击、加餐、补习班等元素源于生活，反而能勾起玩家的共鸣。另一方面来自制作者的坦诚。比起国内正式发行的AVG《虹色旋律》的意淫过度或《楼兰》的风格违和，“高恋”虽然构思粗糙，人物只是用夸张的行为堆砌进行刻画，但玩家屡屡能找到笑点和贴近自己的场景。制作者没加入多余的思考和说教，只是本分地进行二次元化的叙述和加工，但其真诚与本分足以唤起玩家的共鸣。

有趣、简单、直率，“高恋”粗糙的表象下是精致的核心。在游戏官方博客和贴吧中，好评度满满，制作者和玩家都自得其乐。与近几年国内评论界一向对国产单机的残酷苛刻相比，“高恋”小圈子很是惬意。笔者将之视为对大环境的互补，这也许是让市场的制作组数量、作品风格、发行渠道更加多元的一种方式。虽然目前这种相对小众的制作思路不成气候，但笔者相信如果正常发展，足可以形成次文化圈，并和主流市场互相呼应，让国内游戏界更健康多元地发展。当年商业作品如《情人节》没做起来AVG，无数国产同人却做起来了，不是吗？

从游戏与现实交接的角度看，“高恋”放弃了同时代其他制作团队的草率暴躁。《小贩大战城管》或《姜太公的小岛》将现实愤懑和虚拟世界的砍杀拼接，玩家对现实的不满通过游戏中火爆砍杀发泄，产生草根的快感。“高恋”虽然同样拥有市井的外形，但核心上，和动漫文化与学生小圈子亲近，更显单纯清新。前文说到和现实相关的小制作的漫长历史，“高恋”代表的不是一个新时代，而是制作组在某个时间点发生了分歧。该分歧可以视作年龄断层，毕竟前者的制作人是刚进入社会的青年，后者是一群学生。但我更希望他们只是顺应不同的胃口，说明市场至少是往多元发展的。

中国现实游戏的未来到底在何方？短期来看，因为政策、市场和文化等缘故，必须委身网络很长时间。另一问题在于时间充裕又热衷于社会现实的多是年龄、阅历较低的学生和年轻人，他们和玩家之间水平差距不大，出于感性、好奇和创意缺失，将现实元素复制粘贴，很难唤起更高的认同和思考。这也是从《中关村启示录》到“高恋”现实游戏一直萎靡的原因。

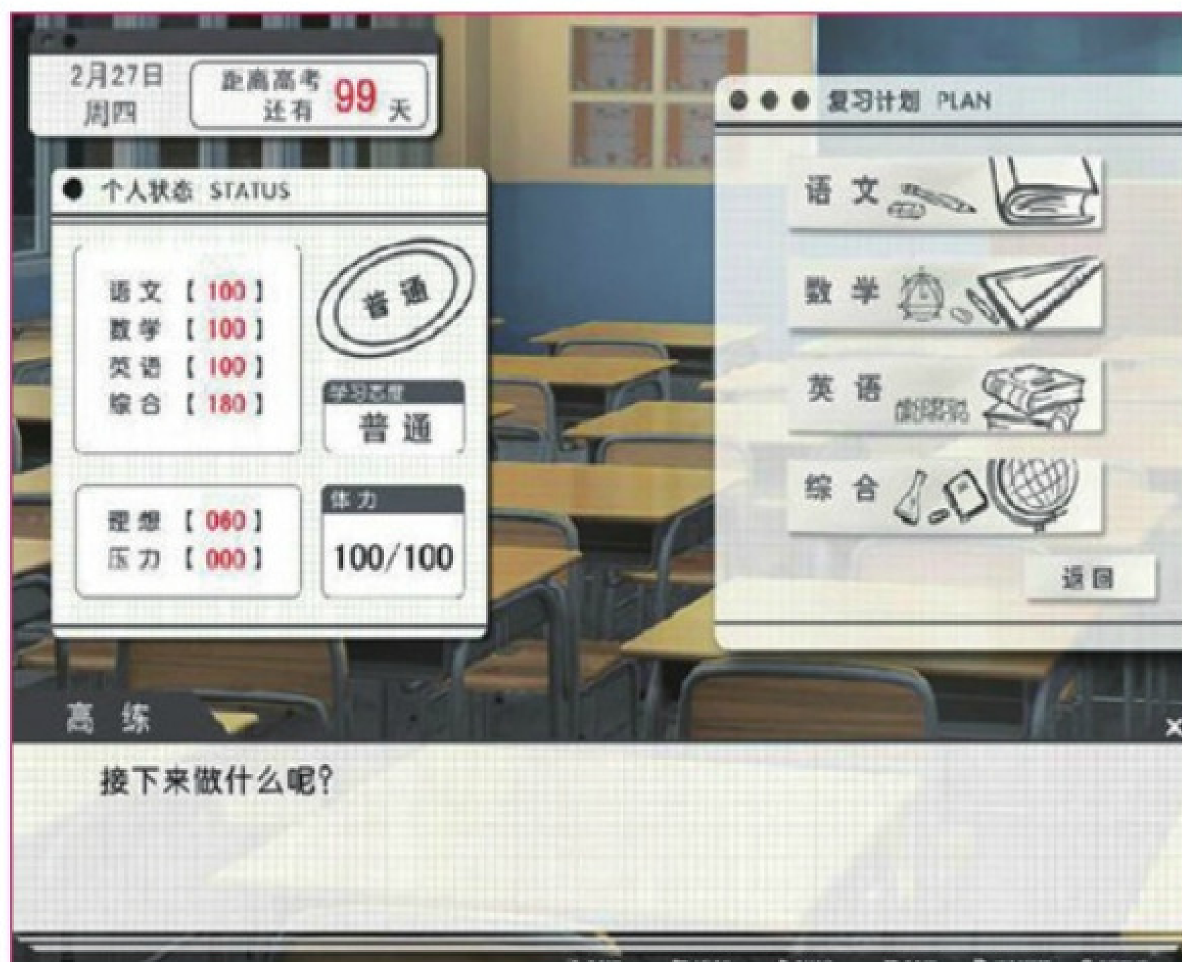
大制作如GTA对纽约城乃至西方社会的描述，小制作如ImpactGames发行的Peacemaker中表现巴以冲突，对现实元素的运用是世界电子游戏中不可或缺的一部分，也是各国游戏作为文化产业的成熟度和包容度的测量计。从之前提到的几部作品对现实的表现看，国产游戏的路自然还很远。这样的重担不应该压在“高恋”这样的游戏之上，但我们迟早要去做。



恶性宣泄、暴力、黑色幽默……有时候这些才是大众更喜闻乐见的题材



《情人节——不见不散》女主角，至少笔者无心攻略她



与一线商业游戏对玩家心理把握频频失手相比，小制作更知道自己的玩家群喜欢什么



龙之“骨”
国产3D动画电影之殇

■吉林 Venusaur

对国产动画电影而言，每当提到“暑期档”总会心里凉一截，暑假本来是孩子消费力最旺盛的一段时间，然而却成了国产动画电影的隐痛，前几年即使在没有国外大作竞争的情况下，依然是一片惨淡。不过从这两年开始，国产动画电影的行情似乎发生了一些变化，其中之一就是与游戏有关的动画开始变得越来越多，而且票房都还不错。从这一点来说，今年暑期最吸引眼球的游戏改编电影，也许就要算《龙之谷：破晓奇兵》了——毕竟这是一部3D电影，而3D电影烧钱的速度的确也是“三倍速”的。

一个《龙之谷》玩家眼里的“破晓奇兵”

提到《龙之谷》大家首先反应出来的就是盛大，当年盛大刚刚代理引进《龙之谷》并筹拍电影时依然占据着中国游戏圈老大的位置，就在《龙之谷》公测的当年，腾讯将盛大从游戏圈老大的位置上拽了下来，如今4年过去，当《龙之谷》上映之时，盛大却已经在收购谣言中风雨飘摇，只求卖个好价钱了。如此的形势颠倒，甚至让这部电影带上了某种悲壮的色彩。或许这也是电影从最开始立项时的“黑龙崛起”改为“破晓奇兵”的原因之一吧。好在“破晓奇兵”的表现至少力压同期由腾讯游戏改编的电影《洛克王国3》，不过从制作成本考虑，这样的胜出实在惨烈。

下面是一位《龙之谷》玩家对电影的看法与感想。先让我们看看电影的表现到底如何吧。

两年前米粒影业发布了第一部关于《龙之谷》电影版的预告片。当时定下的副标题还是叫“黑龙崛起”。当时预告片的效果真是让我非常震撼。在我个人经验而言，如果这个预告片的水准能保持到正片上的话，那这一定可以成为国产动画电影的巅峰。



◀《龙之谷》曾被盛大寄予厚望，是与腾讯DNF对抗的产品



▶ 国产3D动画的制作水平在这两年已有很大提高，与世界顶尖的差距也许已不是技术层面上的

然后经过一度跳票，我们终于在2014年暑假见到了这部电影。我也已经从一个“谷迷”变成了动画专业的学生，电影对我也有了与此前不同的意义。最终预告与两年前相比有过之而无不及。让我很是欣慰。

《龙之谷》这部电影凝聚了很多人的力量。对于这部影片来说，让我印象最深刻的两点就是人物的动作设计和眼神表情。动作戏占了影片很大一部分内容，在剧中黑龙决战之前的各类小战斗中，精致的动作以及快节奏的战斗让人觉得非常刺激。在电影中也出现了很多原作游戏中存在的技能，其中内尔文的聚能射击与巴尔纳的旋转冲击的画面效果很惊艳。其次的亮点就是人物的表情了。虽然不能说与普通电影相比，但是每个人的表情非常到位，感情表现很准确。这让人感觉非常舒适逼真，动画人物很“活”。



今年暑期的最大赢家是“赛尔号”系列，它同样脱胎于儿童网页游戏社区



暑期的另一部国产3D电影《秦时明月》尽管品牌更响亮，但票房依然惨淡



《龙之谷》电影的主创宋岳峰

虽然CG动画电影在外国3D化已经相当成熟，但是在中国还不多，这主要是成本问题。这次《龙之谷》电影的3D化还算成功，基本上做出了中国CG动画电影的水准。这些方面说多了也没有实感，还没有看这部电影的人如果有机会可以亲自确认。

《龙之谷》原本是韩国网游公司Eyedentity Games开发、由盛大代理的一款网络游戏。电影中的故事也是与游戏中的主线故事共用同一世界观，讲述的是原作游戏中50年前人类与精灵联手与黑龙的大战，又称黑龙突袭。在此战中产生了六大英雄：神殿骑士团牧师特拉玛依，佩奥里斯塔魔法师团首领卡拉秋，银月森林弓箭手团首领内尔文，佣兵王战神巴尔纳，皇家骑士贝斯柯德，金龙杰兰特。

在电影里大放异彩的主角兰伯特是巴尔纳的弟子；女主角精灵弓箭手莉雅则是内尔文的随从。电影围绕着六大英雄作为特攻队突袭龙穴的情节展开，期间不断穿插兰伯特与莉雅的情感发展，这在中国动画电影里也是突破的一笔。无论是作为主线的黑龙崛起，还是副线兰伯特与莉雅的感情，故事结构都非常完整，并且在最后得到了很好的结合。唯一令人不满的地方就是，这个影片只有88分钟，对于这个故事来说太短了。例如说人类对龙族的仇恨描写得不够多，这样使得最后杰兰特解放力量后众人仿佛遭到背叛一样的感情矛盾迸发得不够激烈。但是我相信这些地方在第二部里会演绎得更好。

因为剧本取材于游戏，所以有些地方的设定与游戏一样，又有些地方不一样。例如六大英雄其实是在黑龙突袭中才相识并且变得关系很好的，例如埃雷娜其实长得没有那么黑而是有一身时髦的红色铠甲，例如阿尔杰塔其实不是那么兄控会嗲嗲地对杰兰特叫“哥哥”而是用超不爽的神情直接叫“杰兰特”，例如说卡拉秋其实是对杰兰特有好感但是在影片里却和死对头特拉玛依产生了奇怪的羁绊（喂你够了都已经变成了碎碎念了）……尽管和游戏中的一些设定有出入，但是我觉得这是无可厚非的。为了能让电影的质量做到最好，各方面的调整都是需要的。作为一部电影，我也认为制作方需要做的不是最忠实地重现原作而是最合适地展示自己。虽然听到一些批评的声音，但是我觉得米粒并没有错。

有人说这只是国产皮的洋人动画，这一点我很不赞同。只要看了电影的Staff就能明白，挂在那上面的外国人还真没几个，极大部分都是中国人。但是影片对外宣传的时候，我们经常看见这么说：“影片由好莱坞团队历时2年精心打造，迪士尼制片人比尔·伯顿（Bill Borden）亲自操刀”等等“崇洋媚外”的宣传语。想也知道，这是为了壮大声势，让观众对影片的质量产生基本的信心。但反观，这也说明了现在观众对中国动画普遍产生失望或者说缺少信心。结果在《龙之谷》这样一部影片的宣传中，明星配音演员以及主题歌手被作为重点，更多的画面与故事剧情却被忽略。电影最后的结果也让人感到可惜，除了游戏粉丝之外，影片很难吸引到一般的观众。

在中国动漫圈，可以很明显地感受到一种浮躁的心态：“中国动画为什么没有好作品？”而这种心态的体现就是大众急于给各种新锐动画扣上“神作”“中国动画的希望”这些帽子，哪怕这个动画才刚刚只发出了PV（宣传影像）。这种现象真的是比比皆是，但大多数没有下文。不过《龙之谷：破晓奇兵》这部动画电影，我认为是制作方认真制作的，并不是为了沽名钓誉，而是出于对这部作品的爱。

结语

《龙之谷》电影在今年暑期的最后票房为5000多万元，听起来表现不错，但相比于一亿多元的投入，只能说不如人意，而这已经是许多粉丝多次观影之后的成绩。与《龙之谷》同期的3D电影《秦时明月》也遭遇了同样的结局。至少从今年来看，投入较大的3D 电影在中国市场还难以靠电影本身回本。然而不能忘记的是，运营4年的《龙之谷》游戏早已进入衰退期，而《秦时明月》大电影同期推出的各类页游、手游却正走在路上，后者还有未来，前者却很难有翻身的机会了。P

移动互联网金融的前世与今生

北京时间2014年9月10日凌晨1点，苹果一年一度最盛大的Iphone发布会照例举行，两款iphone如期而至，bigger than bigger和比更大还更大也已经成为了坊间的“美谈”。此前盛传的iwatch也揭开了它神秘的面纱。本次公布的基于NFC的APPLE PAY平台也许是一般用户关注最少的领域，但是它却有着十分特殊的意义，苹果帝国的触角也伸到金融、支付领域。古人云：“不想做司机的厨师不是好裁缝”。国内外互联网乃至硬件领域的巨头们，纷纷投向了直接“玩钱”的业务领域。在这个人人都幻想着金融巨子，键盘操盘手、论坛华尔街的时代，让我们一起看看互联网金融的前世与今生吧……

博客、个人站赚美刀，原来是Google AdSense?

早在用“猫”拨号上网的时代，就已经有了所谓上网赚钱的理念，只不过那个时候国内互联网还处于“蛮荒时代”，基本都是外国的各种高大上东西。那个时候会点英语，甚至翻着字典用难以忍受的网速（那个时候下一首歌至少需要10分钟的时间）把国外的各种图片广告放到自己的静态个人站和blog上，然后到处的去贴自己的网站，为的就是那几毛钱美刀一次的点击，还要凑到100刀才能提现，还需要给外国交税。不过那个时候的点击实在很值钱，老外给的也很大方，基本是和国外点击一个价钱，达到了几块钱人民币一个！

时至今日回想起来，那不就是Google AdSense嘛。但现如今的中国网民都已经超过了美国人口的几倍之多，我们在充分享受人口红利的同时，一个点击的单价也一落千丈，记得12年和Google HK的人谈合作，对方直接说道：“China IP 10%……”

ebay对战淘宝的后果，开网店就等于创业赚钱?

阿里集团已经启动了人类历史上最大规模的IPO，十几年前起家的时候最大的一场战役就是要死磕ebay（易趣），如同诸葛亮先生的隆中对一样，机会和前提条件就是“天下有变”。而ebay方面也不能说是犯了错误，只是和诸多外企一样，没有清楚的认识到中国国情。二者最大的胜负手就是当前红的发紫的支付宝。老外以前哪有什么Paypal，C2C买东西一律先付钱，卖家拿到钱后再发货。

由于这是众所周知的问题，所以这套方式在国内势必吃不开，而本土的淘宝就非常清楚这一点，推出了“支付宝”。虽然直到2008年淘宝网才达到盈亏平衡，但国内C2C领域的市场格局便从那个时候就埋下了伏笔。

数年前，淘宝个人网店基本成为了最大的热潮，随便弄点什么就能卖，并且大部分人都能卖的出去也能赚到一些钱。甚至有段时间大学生毕业开网店，就算是完成了就业……

而到了2014年，开网店基本不会和创业赚钱划等号了，激烈的竞争、超负荷的工作透支换来的未必是盈利。货源是否足够过硬、推广和流量引入是否足够大量，成为了最核心的因素，当各大传统行业都纷纷开了自己的旗舰店的时候，B2C与C2C的界限变得越来越模糊，个人开个网店就能赚钱的日子也就一去不复返。

电商分销与返利的热潮，月入百万比比皆是?

C2C火爆的同时，B2C电商的发展也十分迅猛，虽然把全部类型的B2C电商都看一遍，常年盈利的都不会超过3家，绝大部分还处于烧钱圈地的阶段，但海外股市的接受程度也说明了资本是市场对这一类型业务的看好。

在美国上市的中国科技股、概念股中电商是数量最多的，没有之一！各大电商为了抢占市场提升占有率，纷纷抛出了分销平台的概念，只要你有流量就可以接入他们的分销平台，其他用户通过你的URL买了东西就可以拿到一定比例的分成。更有聪明人把这个模式直接透明化，拿出一部分返佣直接给到用户，这就是大家喜闻乐见的返利网模式。在任何网站买东西都可以“揪羊毛”了，只要自己用心去找。当然返利的前提还是自己先掏了钱，而更精明更有能力的人则开拓了直接赚钱的方式。

记得当时笔者就在一家老牌的美国上市公司的分销部门，其中一位高人，一个月的佣金是人民币94万元，这是2008年的事情了。当时北京的房价基本在1万元左右。古人云——就看见贼吃肉没看见贼挨打。当时这位兄弟是一个4人团队，4个人搞定网站设计、前端、后端开发，SEO、服务器、论坛推广、QQ群推广等等……而且非常吃SEO的流量，如果一旦被搜索引擎降权，收入就至少掉一半，甚至还有可能掉90%。工作也是没日没夜，全年无休。当然创业本身都是需要“玩命”的，但是仍旧有一定成分的靠天吃饭。



■Google AdSense—通过广告流量实现双赢



■淘宝上五花八门的网店

随着网购的热潮逐步升温（也是拜各大电商和海淘的发展所赐），优惠推荐类平台也火了起来，他们搜集各种国内外电商平台的各种优惠产品和活动，推荐给各位买家，让各位买家无需到处翻网页就可以一站解决。他们会把所有的链接都加上自己的分销链接，只要你买了东西他们就可以拿到佣金，大家双赢。月入百万的确是有的，而且不会很少，但是这不是我们普通用户能够做的来的。这种模式就是开公司创业。

互联网理财的热潮与银行业的反击，到底是谁推动了谁？

"今天收益又降了？银行限制了往××宝里存钱的额度？好！再存1万压压惊。"这是去年到今年某宝最流行的招数，依托于互联网和移动互联网的理财产品、货币基金着实在去年火了一把。逼的传统银行业既出招限制又改进了自己的产品，T+2改成T+1，收益更加透明化，银行的APP可以直接下单购买，自动赎回。经典电影教父里说的好："不要憎恨你的敌人，这样会让你失去判断力。"××宝的诞生的确推动了传统金融行业的变革，但重要的是要让更多的老百姓和上网宅男、宅女们知道了什么是理财，什么是金融产品。

微信与支付宝的支付争夺战，抢的是用户信息？

打个车，你贴10块我也贴10块，抢红包成为了公司同事微信群里的最大欢乐，午饭后都会问一句，你给我现金还是"羞！羞！"给我。A和T两大巨头的火拼在今年越发激烈，你方唱罢我登场。各种新玩法、新点子、不惜血本的各种补贴，1分钟这个、1块钱那个。这让很多创业公司也得到了实惠，抱大腿、被收购成为了主旋律。

对于我们普通用户来说的确得到了实惠，但是巨头们真的都在赔本赚吆喝么？O2O虽然已经来到了我们的身边，但完全普及还是需要更多的时间，巨头们有的是本钱可以赌一些未来的可能性，赌对了自然又赚翻了，赌错了也没关系，毕竟拿到了更多的用户信息和关联信息。你买了什么，你的银行卡号，你的年龄，你叫什么，你玩什么游戏，你衣服穿什么颜色，你同学的姐姐的叔叔的女儿是谁……巨头们统统都知道。每个互联网用户，当公司所拿到这个用户的信息越多，那么这个用户信息的价值就越大。在这个不那么重视个人隐私的东方国度，当我们享受优惠和方便的同时，我们也更加的透明了。

移动APP的金融与网赚热潮，屌丝逆袭高富帅的利器？

中国不仅是最大的互联网国家更是最大的移动互联网国家。网游从端游到页游再到手游，赚的钱越来愈多其根本原因是用户的范围越来越大。手游资深市场运营人员说：医生、警察、开电梯的、学生、退休大妈、保安、保姆都是我们的目标用户。这在PC、TV GAME时代是完全不可想象的。最近笔者用了一款名为"红包锁屏"的App，这是一款锁屏应用，赚钱貌似只是附属品，注册就送5块钱。锁屏壁纸基本没有什么大屏的广告。每次会有一定几率抽到红包，红包大概是1毛钱到几分钱都有。用了几天大概每天能得到5毛钱。往左滑的红包会更多，最低都有5毛钱左右，而最高能达到4块钱。同时还可以下载应用，分享给朋友，还能申请银行的信用卡。笔者通过内部消息问了下，最高的用户在一周时间内可以赚到1000多块钱，而作为笔者一样的普通用户，每天最少也能赚2块钱左右，高点还能赚到10块。比较了众多类似的APP后，觉得在赚钱类APP中，红包锁屏的打扰程度最小，而且也不会强迫用户必须去做什么事情。并且笔者的使用算是非常轻度的，估计APP的运营方都不会太关注我这类用户。

纵观这么多年，互联网金融和网赚的发展，当前适合普通用户去做的事情看似很多，但实际很难操作。不过返利还是不错的，但它的前提是要自己花钱，充其量来看只能算节约不能算赚钱。各种O2O新玩法，有需要就上吧，至于个人信息么……反正也都这样了。××宝有钱还是可以买一买的，至于红包锁屏，更适合有闲没钱的人们。但各位屌丝们还请认准"货币基金"，在人类历史上货币基金只赔过一次，而且当时美国基金联合会还进行了赔偿。不管如何，移动APP金融和赚钱在未来一定会给大家惊喜。

■各大电商之间的价格之争

■"先花再省"的返利

■大打"用户信息战"的微信与支付宝

■红包锁屏网站首页

■去年大热了一把的余额宝

■适合懒人的赚钱软件——红包锁屏

头牌新闻

Xbox One国行版于9月29日发售

■本刊记者 monitor

2014年9月23日，百视通和微软联合宣布，Xbox One国行版将于9月29日正式发售，比原定时间晚了6天。阔别14年，Xbox One是首款国行版游戏主机。无论对百视通、微软、Xbox，还是对更为重要的游戏玩家来说，这都是一个值得铭记的历史时刻。

“继首批 10 款游戏获有关部门审批后，我们同期发售Xbox One游戏主机，并预计在未来几周和几个月内陆续推出更多精彩游戏大作，丰富娱乐内容和应用，为玩家和家庭用户提供全面完美体验。” 微软Xbox事业部中国区总经理谢恩伟先生表示，“通过各方坚持不懈的努力以及紧密无缝的合作，我们无比激动地把Xbox One 国行版带给广大玩家。真诚热情地欢迎玩家们加入Xbox大家庭。”



原定9月23日入华的Xbox One依然赶在月底之前上市

9月29日上午，Xbox玩家们能够在中国37个城市超过4,000家零售店中享受次世代游戏新体验。玩家可选择购买售价4,299元带有 Kinect 感应器的 Xbox One套装版，或售价3,699元不带 Kinect 感应器的 Xbox One单机版。 Xbox One不仅为玩家们量身定制全中文界面与内容，而且玩家们还可以享受到本土支付、创新的游戏定价、截至到2015年3月底前的免费 Xbox Live 金会员、本地客户支持及两年保修等多重优惠。P

晶合热点

成都西山居5000万收购珠海乐趣20%股权

9月15日，金山软件晚间发布公告称，成都西山居将出资5000万元人民币收购珠海乐趣20%股权。公告显示，成都西山居将以4000万元认购珠海乐趣16%股份，同时亿1000万元收购现有股东所持有的4%珠海乐趣股份。达成出资及股份购买协议后，金山软件将通过其附属公司成都西山居于珠海乐趣持有20%的股权，而珠海乐趣将不再为金山软件的附属公司。

奇瑞胜诉 腾讯被判令撤销汽车QQ商标

腾讯与奇瑞之间关于QQ商标的归属权之争终于有了结果。日前，北京市高级人民法院对双方的商标权诉讼进行判决，判令腾讯撤销汽车等商品的“QQ”注册商标。

早在2003年，奇瑞QQ轿车就曾在第12类汽车等商品上申请注册“QQ”商标。2005年5月19日，腾讯在第12类汽车等商品上申请注册“QQ”商标，2008年3月7日获准注册。2009年11月26日，奇瑞汽车以上述商标注册违反了《商标法》为由向商标评审委员会提出撤销争议商标的申请。最终，商评委作出裁定书，认定争议商标的注册构成《商标法》第三十一条所指的抢先注册他人已经使用并有一定影响商标的情形，据此裁定争议商标予以撤销。

游戏改革——东京电玩展开幕

2014年9月18日，由日本电脑娱乐协会（CESA）主办的一年一度东京电玩展（Tokyo Game Show）正式开幕。本届TGS于9月18日到9月23日期间于千叶·幕张展览馆举办，本次主题形象用“羽化”来体现了TGS 2014的主题“游戏变革，改变娱乐”的关键字“改变”。



本届 TGS 是历届中最多参展商中最多的一届。出展厂商多达 421 家，共有 1363 个不同的游戏参与展出，亚洲国家参展国家有 17 个，美洲 4 个，欧洲 11 个。而本届展出的游戏当中，手机游戏占了相当大一个比例，共有 200 多款手机游戏参与展出。

微软宣布斥资25亿美元收购《我的世界》游戏开发商

据外媒报道，微软公司宣布将于2014年9月16日斥资25亿美元收购《我的世界》游戏开发商Mojang。

《我的世界》作为一款建造类沙盒游戏，自2011年推出后就风靡全球。玩家可以在游戏中通过“单位方块”建造任何能想到的东西。在游戏推出移动版本之后热度依然不减，仅仅在2013年，Android系统就为Mojang带来了2.87亿美元的营收，以及1.26亿美元的利润。微软此次收购，是希望Mojang能为公司移动市场吸引更多客户。

对此次的收购，今年二月份新上任的微软CEO萨蒂

头牌新闻

2014TFC全球移动游戏开发者大会正式召开

■本刊记者 monitor

2014年9月17日，移动游戏行业最高规格盛会——TFC全球移动游戏开发者大会暨游戏交易会在广州南丰国际会展中心正式召开。大会吸引了全国各地上万名游戏行业从业者，更迎来了大量行业名企参展，此外，上百家媒体网站及电视台对大会进行了全程直播报道。


TFC全球移动游戏开发者大会上发言的嘉宾们

本次大会以“聚焦精品手游”为主题，旨在发展精品手游战略、挖掘更多精品游戏，促进游戏与渠道、发行等完美融合。主要涵盖移动游戏渠道商、手游厂商、发行商、运营商、投资商、硬件厂商、移动广告、移动支付等移动互联网企业参加。参会人数超过7000人次，全球30多个国家和地区的企业及嘉宾参与，议程安排8场主题会议，200多个重量级嘉宾现场参与分享“干货”，展区面积6000平米，300多家企业参与展览，上千款最新产品现场展示。

在为期两天的议程中，上百位来自各大游戏企业的高管分享了他们的经历和经验。发言中最常提到以下关键字：数据、发行、精品。关于数据：现在新的游戏都要先跑跑数据，很多发行平台推出免SDK的测试。关于发行：“你负责专心研发，我负责赚钱养家”，这就是发行商跟CP间良好的合作关系。关于精品：手游行业竞争激烈，只有不到4%的游戏能成功，所以必须做出精品。

亚·纳德拉(Satya Nadella)称：“游戏最能吸引用户互动，玩家每天的游戏时间累计高达数十亿小时。《我的世界》不只是一款伟大的游戏，它是一个开放的世界平台，一个活跃的社区。我们很重视这些，因为它们将给微软带来新机会。”此次的收购也许是萨蒂亚以移动业务为微软战略重心所迈出的第一步。而作为Mojang创始人的马库斯则发出了个人公开信，表示在此次收购结束之后将会离开公司。



晶合新作

《纪念碑谷》首张更新截图曝光 将迎来重大更新

近日，游戏开发商Ustwo在Twitter公布了《纪念碑谷》的首张更新截图。此前，Ustwo曾向玩家许下诺言，称会为这款另人陶醉的解谜游戏进行一次大幅度更新。执行制作人Dan Gray表示这次更新将作为一个可通过游戏内购解锁的关卡包，其内容将与《纪念碑谷》本身差不多。



Ustwo将于今年内发布这个大型更新包，同时，他们也在努力开发虚拟现实游戏《遗忘边际》(Land's End)。按照他们的说法，后者的开发工作将完全不会影响到《纪念碑谷》新关卡的制作，一切他们答应过玩家的东西他们都会兑现。

游族网络获科幻小说《三体》电影以及游戏改编权

日前游族网络在上海召开投资者开放日，宣布旗下的游族影视已经获得科幻小说《三体》的影视改编权，游族网络也计划推出《三体》改编的5-6款游戏。

刘慈欣所著的科幻小说《三体》三部曲获得了包括中国科幻界最高奖银河奖在内的各种科幻奖项，销量突破百万，是国内科幻迷心中的神作。小说以光年为尺度描写了一个人类与宇宙抗争的故事。而游族网络则是一家国内的上市游戏公司，主要的产品是游族网络网页游戏平台。目前游族网络并没有透露《三体》改编游戏是什么样的形态。

《FIFA 15》9月26日发售

之前，就有罗马尼亚零售商Altex泄露了《FIFA 15》的上市信息。该作于今年9月26日登陆Xbox One，PS4，PS3，Xbox 360和PC平台，售价为60美元。

新作《FIFA15》加入了全新的游戏系统，让这款游戏的表现的更加的真实，球员们在跑动时会拥有呼吸频率。同时更加出色物理引擎，也让游戏更加的贴合玩家们的真实感受，画面方面本作制作组表示也将是质的飞越。



“不要怕给主机做游戏，跟PC没什么区别。”

《阿比逃亡记：新鲜出炉》开发商Just Add Water的Stewart Gilray认为，这代主机的架构非常接近PC，开发门槛低了很多。



“Randy Pitchford想干什么就干什么！”

世嘉认为在《异形：殖民地陆战队》的开发中，Gearbox这种无视商业规范与合同的态度是本作成品与宣传不符令人失望的原因之一。



“我们把《命运》当作第一方游戏来看待。”

索尼英国市场总监Fergal Gara称，他们非常看重与Bungie的关系，公司内外都在按照第一方游戏的标准来对待《命运》。



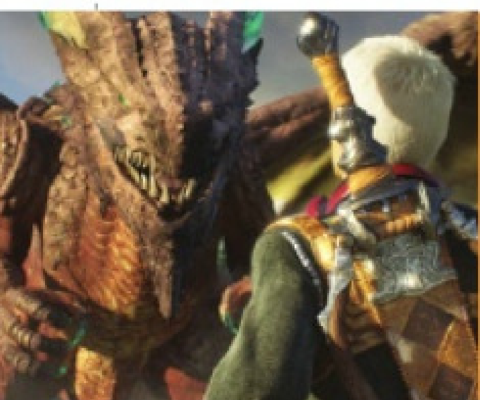
“在多人对战这一点上，《使命召唤》和《泰坦降临》这些游戏要谢谢《光环2》。”

《光环：士官长合集》的高级制作人Dan Ayoub认为，正是《光环》让他相信主机是可以承载第一人称射击这个原本属于PC的游戏类型的，而《光环2》多人模式的巨大成功则打下了如今主机FPS的模式根基，从这个意义上说，CoD应该叫《光环2》一声老师才对。



“被动地感受游戏是一件很可悲的事情，他们不知道自己如果多走出一步能够得到什么样的有趣体验与挑战。”

宫本茂对CVG的此番发言一反任天堂和他本人在游戏制作中着重休闲玩家的态度，他认为任天堂在DS和Wii世代已经扩展了足够多的非游戏人群，而如今智能手机的普及让游戏不再是小众娱乐，这让他们有空间来制作更多不用考虑大众接受程度的游戏。



神谷英树说，白金工作室新作《Scalebound》将是一款与他们此前所有的游戏都截然不同的作品，难度也要低一些。



在《神界：原罪》拿到50万的不俗销量数字后，Larian Studios已经因本作获得盈利，而接下来他们将继续开发更出色的RPG作品。



微软收购《我的世界》开发商Mojang，Notch等Mojang创始人离开公司。

这桩交易价值25亿美元，Xbox部门主管Phil Spencer表示他们不会寻求改变《我的世界》的任何现状，包括在PlayStation等平台上的发布。而Mojang创始人和《我的世界》缔造者Markus "Notch" Persson将离开公司，他在博客中称，Mojang与《我的世界》的发展已经超出了他的承受能力，为了自己的理智着想而决定退出。



《刺客信条》电影版推迟至2016年上映。

迈克尔·法斯宾德将担任主演及联合制片，传闻称"钢铁侠"小罗伯特·唐尼也在制片方的选角名单上。



《命运》首周狂收3.25亿美元，成史上最畅销新IP。

尽管本作媒体评价相当平庸，玩家口碑两极，Bungie的良好声誉和动视庞大的宣传攻势还是带来了出色的初期销量。



野村哲也不再担任《最终幻想XV》监督。

他的职位将由《零式》的监督田畑端接任，他在FF15中的角色设计等工作则已经完成，不过野村仍将继续参与《王国之心Ⅲ》的开发。



《横行霸道V》2014年11月21日登陆PS4及Xbox One，PC版延期至2015年1月27日。

次世代版将拥有更高的物件与车辆密度，大幅度加强的的光照引擎、天气和植被效果，更远的描绘距离，包括电台在内的诸多游戏内容也将重制。而Rockstar称原定同期于秋季发售的PC版本还需要一些时间来打磨，因此需要延期至明年初上市。

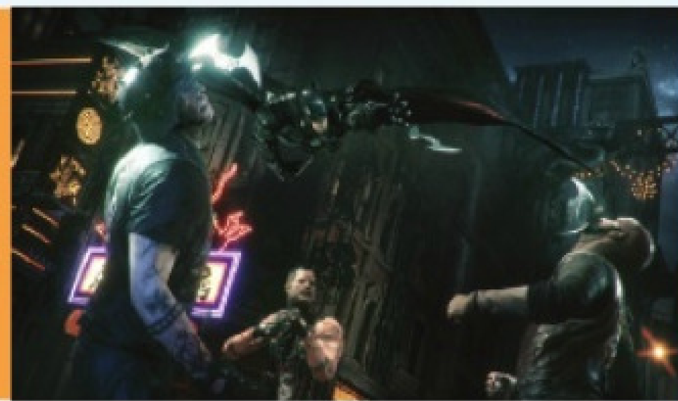


亚马逊在Google退出后以9.7亿美元巨资收购全球最大游戏视频直播平台Twitch.tv。

此前有传闻称Google旗下的YouTube将以10亿美元收购Twitch，此桩交易未能谈妥，当时金融界消息称微软和亚马逊都是竞标方，最终亚马逊完成交易。亚马逊表示收购完成后不会改变Twitch.tv的现状，此前Twitch已经率先求变，实施视频音乐版权审核制度规避法律风险。



《任天堂全明星大乱斗》3DS版于9月13日在日本发售后两天内便售出100万份，成为3DS史上最快达到100万销量里程碑的作品之一。



华纳兄弟互动娱乐宣布《蝙蝠侠：阿卡姆骑士》将于2015年6月2日发售，较之本作最初宣布的今年10月的发售期晚了8个月。

PERSPECTIVE: Difficulty Switch
EDGE #271

《塞尔达传说》的第一启示

虚虚幻幻即是真

有意思的是，隐藏信息所呈现出的含义可能性往往比提供信息来得更丰富。



或许再过30年，我们还是能从宫本茂与他的不朽杰作们身上学到许多东西

初代《塞尔达传说》的第一个画面算得上是游戏史上最棒的瞬间之一。

我说的不是游戏内的第一个画面，不是林克第一次独自面对怪物横行的海拉尔的时候，不是他走进洞穴拿起那把剑的时候。我说的是游戏的标题画面，一道瀑布在险峻的山峰间流淌，背后的天空呈现出一种罕见的橙色，游戏的标题本身映衬在三角力量之上，当时我们还完全不知道它的含义。两道白光从剑身闪过，又从蓝色逐渐变暗。

几秒之后，这一切的平静都被毁灭了，滚动的文字讲述了加农多夫、塞尔达与三角力量的传奇，这个故事简单直接，都不足以称之为神秘的传说。除此之外，《塞尔达传说》的一切都在于游戏本身：找到宝藏，拯救公主。

尽管《塞尔达传说》的开场界面没有提供按Start跳过之外的任何交互特性，它却比整个游戏余下的部分都更好地设定了基调和情绪。是的，游戏中的地下城阴森恐怖，8位画面下墙壁上的奇异色彩还是营造出了潮湿阴冷的气氛，但什么都比不上这个开场画面。

原因很简单，它呈现出的是一种众多艺术形态都广泛使用的技法：含糊，这在游戏中却是相当少见的。

在《塞尔达传说》开场的几秒钟里，一切皆有可能，你的大脑不禁会开始填充无数的可能性。

你面对的是一个陌生又熟悉的异世界，隐藏着某种秘密。但马上，整个游戏将它全部的谜题砸到你的面前，游戏的故事以最简单直接的方式呈现给你，游戏即将向作为一名玩家的你提出的挑战与诉求都还隐藏在一团迷雾中，你面对这些挑战与诉求所做的一切的结果也仍然不知所踪，而此时你甚至都还没有按下Start键开始游戏呢。

是的，初代“塞尔达”已经快30岁了。但今天的游戏——被认为在叙事上成熟了许多——给出的直接信息比电影、小说或是绘画都要多。《最后生还者》通过直接的语言沟通让无数人感受到了深刻而成熟的叙事体验，但同时又好像完全不信任玩家一样，不给你任何对故事与情感加以诠释的自由。



《塞尔达传说》讲述的是一个儿童化的故事，因为它本来就是给孩子们准备的。但假如有这么一个游戏，完全呈现了那个标题画面所体现的意境呢？

最显而易见的做法是平衡善与恶的份量与分界，加农是不是真的那么凶狠残暴，毫无人性？《时空幻境》正是以这种方式重新将平台跳跃游戏做成了一门艺术。又或者，林克为何拥有独自拯救海拉尔的意志？《塞尔达传说》中已经有些许的孤独与绝望，独自走过沙漠的时候尤其明显，不过这些瞬间并不是游戏所要呈现的主要方面。

如今最为成功的独立与艺术化游戏则已经学到了这一课，在这里，更深层次的意义在含糊的表达中升华，《旅程》便是很好的一个例子。游戏本身没有任何语言要素，取而代之的是图标化的玩家手势，游戏有意地放大了感官、感受与诠释的可能性。

而Jonathan Blow的《时空幻境》在偶尔的文字过场之外，从未明确指出作为游戏机制核心的时间操控的正确含义。有意思的是，隐藏信息所呈现出的含义可能性往往比提供信息来得更丰富。

但这些都只是独立游戏，如果主流游戏也应用这些做法呢？

倒也不是没有，这种含糊的表达在《模拟人生》中占据了核心地位，人类行为模拟中最基本的问题——这个角色在想什么和感受什么——在游戏中完全是一团无法理解的乱麻，游戏没有配音或者提示文字，只有简单扼要的图标和音效，而这让我们对自己的模拟角色更具情感上的联系，因为我们要亲身解密他们的需求与动机。与《塞尔达传说》的开场画面一样，这一切发生在玩家的大脑中而不是手中，诠释是最古老的互动方式，往往也是最强大的。P



风语是晴
不变的是形式

忘记过去，也就无从谈起未来

文化传承

所谓“互联网公司”是一种全新的文化，但如果没有对过去的继承，又怎么会让人有亲切感呢？

人年纪大了，难免怀旧，我不是个怀旧的人，却在某种意义上也是个怀旧的人。2014年的暑期，除了巴西世界杯的尾声，还有一部国产单机游戏和单机游戏改编的电视剧，前者《新剑侠传奇》，后者《古剑奇谭》，同世界杯一样，虽然每次都独一无二，却又跟以前的历史有着千丝万缕的联系。

《古剑奇谭》如果算上其前辈“仙剑”系列，历史也上得了20年了，《新剑侠传奇》的前辈“剑侠情缘”系列也是1998年在中关村边端着盒饭边编程的金山创业梦想者们的续作，进入发达互联网时代以后，如今这些东西似乎已经变得不是那么的珍贵，一切都变得“永恒”起来，与其说是新的作品，不如说是在对历史的怀旧。

“古剑”电视剧相比根据仙剑系列改编的电视剧，由于有游戏开发商的参与监督，还原度都比“仙剑”前两作要高很多，而且关键是做到了不改变游戏角色性格和游戏要传达的某种思想和态度，这是我认为一切作品改编为影视作品必须遵循的原则，可惜由于影视作品本身的局限性，不可能完整传承原著的思想，这也恐怕是《麦田里的守望者》作者不允许把自己的作品拍成电影的原因吧。一千个读者有一千个哈姆雷特，但如果拍成电视剧电影，那恐怕就是导演心中的“哈姆雷特”了吧。

好在“古剑”电视剧做到了某种文化传承。可惜在网上讨论的人群，大部分主题都是很奇怪或者是很无聊的问题，比如谁帅谁漂亮，参演明星的家长里短之类的，直白一点就是完全看似就是一部偶像剧的讨论，这跟以前“古剑”游戏刚出的时候讨论的内容简直天差地别，不知道是自己这一代人老了，还是新生代的人群长大了。或许真如一些网友所说，玩“古剑”的群体与看电视剧的受众群体不一样，前者是年龄大一点的老玩家，自然不一样，虽然游戏与电视剧推出的时间仅仅相隔4年而已，根本却是一个时代的差距。或许这就是互联网时代下国产单机游戏的自我救赎，以这种“新”的方式获得新的受众群体的支持。我也仅仅只是希望这些新生代的孩子们会不会因为看完电视剧就能试着玩一玩游戏，进而熟悉我们的传统文化，并且对其感兴趣呢。

再说《新剑侠传奇》这款曾经号称“西山居三剑客”联手打造的一款游戏，我也是得到了免费的试玩游戏的机会。但现在来看不得不说无论是从游戏自身品质还是营销方面都确实不尽如人意。遥想当年无比辉煌的剑侠情缘系列，金山公司扛起国产办公软件和游戏软件两面大旗的踌躇满志。再看看如今的“剑网3”又是明星代言，又是XX美女帅哥，也真的不是针对老一代玩家的了。也是，我们这些“玩着剑侠情缘长大”的人早都忙着挣钱养家糊口去了，再也不会有“当年的热血”了，所以现在，还是大家都多挣点钱的好。



10年前也就是2004年正好是《剑侠情缘网络版》开始公测快一年的时间，时任金山公司CEO的雷军还推出了“高校武侠游戏风暴”的活动，我也是当时的铁杆粉丝之一，记得那时候玩“剑网”花了不少的点卡钱，远比现在的孩子抢小米疯狂得多。现在细细想来，同样是雷军的忽悠，怎么我就喜欢当时他忽悠的剑侠情缘，而现在并不喜欢甚至有些反感小米手机的营销方式呢？年龄大了不怕被忽悠了？

更重要的一点是：文化传承力量的强大，剑侠情缘相比当时的《魔兽世界》的差距，有点类似于现在的小米与苹果的差距，然而剑侠游戏内在的历史文化张力却足以弥补这种差距，这也是国产的任何产品都本应具备的“天赋”，而雷军现在做的手机却没能利用这种文化的力量，或许说“低价”，“饥饿”，“粉丝”等也是利用了某种国人现在的文化，所谓“互联网公司”是一种全新的文化，但如果没有对过去的继承，又怎么会让人有亲切感呢？当时的《剑侠情缘网络版》，毕竟是“网络”两个词在后面，网络实现了我们国人原本只存在小说里的仗剑江湖，侠骨柔情的武侠梦想，而不是这种梦想成全了现在的网络。

在互联网时代下，经典资源获取成本极其低廉，但可能恰恰因为如此，反而使人们容易“生在福中不知福”，不知道何为经典。现在的中小学生应该真的很幸福了，公共Wifi和3G网络的普及让他们随时还可以上网，互联网真正融入生活中去而不再是我们那个年代家长视为的“洪水猛兽”。而与我相处同一个时代的人，他们大多数人的青春都奉献给了各种考试，这些经典因为在中小学时代网络的不普及，恐怕现在也只能通过看电视剧或者玩一些并不“经典”的续作来弥补曾经的遗憾了。

一端是互联网发达时代选择众多却难寻经典的新一代人，另一端是因为互联网还不普及时代下错过众多经典的老一代人，需要传承的到底是什么，使什么能够真正永恒下去，使新老两代人都能受益？P

页游正处在一个十字路口，是迈向最好的时代，还是迈向最坏的时代？产品破亿的背后，是资本的逃离，在这个路口，厂商将何去何从？

页游最好or最坏的时代
月流水频繁过亿背后的透视

■北京 silvershark



2014年6月30日，由墨麟集团研发、YY游戏独代的ARPG《风云无双》宣称上线百日月流水破亿。

7月3日，由青果灵动研发、趣游科技独代的3D双端ARPG《黑暗之光》宣称上线50天月流水破亿。

7月10日，由37游戏旗下极光工作室研发的改编自《奇迹MU》页游《大天使之剑》宣称上线30天月流水破亿。其后不久，37游戏还宣称7月23日《大天使之剑》单平台日充值破千万。

10天连续3款产品宣称月流水过亿，页游的春天来了？

进入2014年，手游统治游戏领域已成为行业共识，而就在2014年的7月上旬，短短10余天内，连续有3款页游先后宣称月流水破亿，这一颇为不寻常的现象，引起了游戏行业内的普遍关注，让人不禁惊呼：页游的春天来到了吗？

对于这个问题的答案，暂且先不表，因为页游界马上又传来了另一则坏消息：

7月17日，曾经风光无限的游戏股云游控股发布一则盈利预警公告称，预计今年上半年将录得1500万至2500万元人民币的净亏损。与此同时，公司股价持续下跌，较去年股价最高点已跌掉了超过50%。

云游控股（Forgame）发布亏损预警的公告这一坏消息的时间，距离公司股票在港交所挂牌才仅仅9个多月的时间。去年10月，云游控股在港交所挂牌上市，云游控股在招股阶段吸引了2.75万人申购，超购313倍，冻结资金546亿港元，成为当时港股市场上的“冻资王”。而上市首日的表现，更是让这家游戏公司成为新股明星。而这一切均已成为历史，云游控股的亏损与股价持续下跌折射出目前页游市场遇到了难解的困局，而这与更早前3款页游大作连续破亿的振奋人心的消息形成了巨大的落差，借用狄更斯在其代表作《双城记》里的一句名言来说就是“这是页游最好的时代，也是页游最坏的时代”。

在谈及页游现状之前，我们先从页游史上来看看月流水破亿意味着什么？按照笔者的观点，页游自2008年前后的蛮荒时代起发展到今天百亿级的市场规模后，目前在页游市场起码月流水过3000万方可称为精品，5000万以上才能得到行业瞩目，而月流水过亿则代表着该产品在页游领域有着举足轻重的龙头地位。

在《风云无双》之前，页游史上先后宣布或被披露月流水过亿的产品总共只有：《七雄争霸》《弹弹堂》《傲剑》《神仙道》《神曲》《街机三国》《烈焰》《大闹天宫OL》这8款，游戏类型涵盖了ARPG（《傲剑》《大闹天宫OL》《烈焰》）、回合制RPG（《神仙道》）、SLG＋RPG（《神曲》）、战争策略（《七雄争霸》）、休闲竞技（《弹弹堂》）和横版动作（《街机三国》）等类型。

从2010年《七雄争霸》在腾讯平台率先做到月流水破亿，彻底改变行业人士对于页游的看法起，至今已近4年，如今却突然在10余天之内新增3名月流水亿元俱乐部成员，而且都是ARPG类型。页游月流水过亿是一件值得庆贺的大事，但让人们感到惊奇的不是过亿本身，而是行业由4年涌现8款巨作到10天涌现3款巨作的神一般的速度，这个数量的集中度是非常骇人的，而据笔者了解到的内幕，这些官方“软文”中，《风云无双》流水数据是实打实的，而《黑暗之光》与《大天使之剑》即使有夸大成份，想必也相距不远。

页游的悲哀：增速放缓，被手游赶超，寡头化时代来临

近期页游“频频过亿”的现象是否就意味着页游春天的到来呢？在笔者看来，正好相反，现在虽然精品与黑马频出，纪录不断地被刷新，但透过现象看本质，过亿频现的本质其实恰恰反映的是页游行业现在的困境：流量越来越贵，能够让平台保持盈利的产品越来越少，对于没有自有流量的平台来说，能有些许利润的产品非常少，因此现在页游整个行业的运营资源都会朝1到2款产品严重倾斜。对运营平台来说，好不容易抓到一个有盈利趋势的产品就拼命开服，拼命洗用户，甚至不惜以各种杀鸡取卵式的运营手段来刷高流水，这才是页游产品频频快速过亿的真正原因，只是这种现象表面上看着火热，背后实则悲凉！

这种现象其实反映的是，页游从2011年开始的百家争鸣的战国时代，历经数轮洗牌以及手游大潮的影响后，开始真正地进入寡头化时代。以往不足10人团队所做的页游已经缺乏市场，精品至少得出自40到50人乃至上百人团队，而且就连知名厂商也开始越发地重视起IP来。比如墨麟集团今年推出的两款月流水过亿的页游《大闹天宫OL》与《风云无双》就分别取自同名3D电影《大闹天宫》以及知名漫画《风云》的版权，从而大大地增强了页游的吸量效应。但页游真正的危机不在于此，更值得页游行业担忧的是手游对页游的赶超与玩家及厂商的集体转移战场，比如最初以页游业务起家的昆仑在线已成功转型为一线手游发行商，并且还在端游领域频频出击。

根据游戏工委（GPC）与中新游戏研究（CNG）联合发布的《2014年1～3月中国网页游戏产业报告》分析，移动游戏市场规模超越网页游戏是大势所趋。报告显示，2014年第一季度，中国网页游戏市场实际销售收入达到41.6亿元，环比增长3.0%，低于上个季度的19.2%，也是2014年的首次下降。同期的《1～3月中国移动游戏产业报告》则显



墨麟集团高调参展ChinaJoy2014



墨麟《风云无双》拉开今年页游破亿神话的序曲



《风云》作者马荣成来到墨麟集团为游戏造势



云游控股2014年以来的走势一路下行



依靠腾讯推广，《七雄争霸》是首款达到流水破亿的页游

示，中国移动网络游戏市场实际销售收入不仅超越网页游戏达到44.1亿元，环比增长率还保持在39.9%的高位水平。

如果说Q1的数据还因为受到春节返乡与缺乏大作的影响的话，那么易观智库此后发布的《2014年上半年中国网络游戏市场监测报告》数据显示：2014年第二季度，移动游戏保持高速增长，而网页游戏市场表现平平，客户端游戏首次出现负增长。页游市场方面Q2取得53.85亿元的市场规模，环比微增3.8%，页游行业的高速成长期基本结束，行业集中度不断走高，大型页游企业占据主要的市场份额，市场进入收获期。而手游市场规模Q2达到66.51亿元人民币，较上季度环比增长13.35%，成为拉动中国网络游戏市场整体增长的主要动力。

总的来看，如今端游戏出现了13年以来首次负增长的现象，而页游进入微增长阶段，手游则继续保持高速成长，随着手游大潮的进一步扩大，未来页游也必将触及天花板，进而遇到类似今天端游这种负增长的拐点，而且这个过程将会来得更快更猛烈些，因此现在页游“频频过亿”的现象，只不过是页游在维持其增长惯性进行拼命挣扎的最后疯狂罢了。

页游第一研发商之争：Forgame、第七大道、墨麟集团

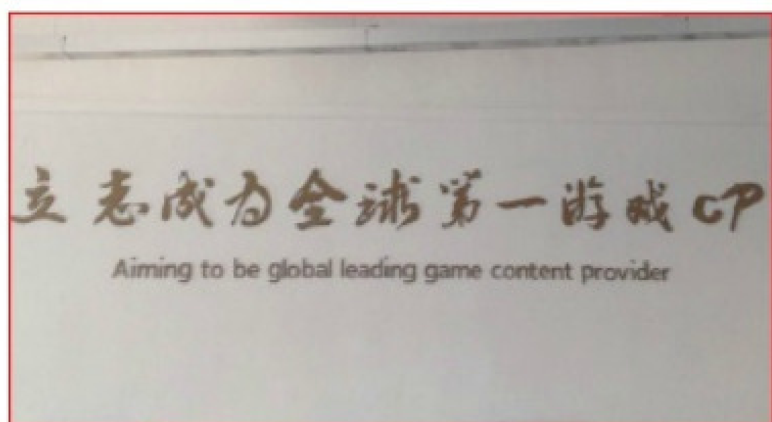
10余天内连续3款产品先后宣布过亿，这种现象的背后反映的是页游行业如同当年的端游市场一样，真正地进入了寡头化时代。在当下，页游运营平台的格局基本已定，腾讯依靠其巨无霸的QQ空间等自有流量平台牢牢占据了市场份额第一的位置，37游戏历经其专注于页游运营的数年发展位居第二，抓住屌丝用户以小游戏起家的4399以及巨头旗下的360游戏、百度游戏、YY游戏等紧随其后，先后发力争夺老三的位置，它们互相追赶互有胜负，争得好不热闹，但不管怎么说，基本格局都已经确立。

相比之下，提供产品内容的研发商争夺却很激烈，他们的争夺才是页游行业最大的看点。据易观智库发布的《2014年上半年中国网络游戏市场监测报告》显示，页游研发厂商在2014年第二季度排名前5的分别为：第七大道、墨麟集团、游族网络、Forgame、广州创思，它们所占的市场份额遥遥领先于其它家，可进入页游研发商的第一集团。

不过页游研发商的老大之争，也经过了一个渐变的过程，2012年前后是页游百家争鸣时期，彼时手游还未真正兴起，端游已经步入寒冬，因此页游是当年游戏领域增长最快最受瞩目的行业，当年从事页游研发的大小厂商与运营平台均达到数百家之多。2012年国内最为红火的页游除了以《七雄争霸》《傲视天地》为代表的SLG页游外，还有以创新玩法教育了整个行业的横版推图RPG《神仙道》《龙将》，以及以《傲剑》为代表的大量ARPG等，但在国际市场上表现最为抢眼的则是第七大道旗下的两款页游：Q版休闲竞技的《弹弹堂》与融合RPG＋SLG玩法并采用西方魔幻



墨麟集团内部庆祝《风云无双》突破一亿月流水



墨麟集团提出“立志成为全球第一游戏CP”



《弹弹堂》将经典射击游戏巧妙引入页游，取得巨大成功


《神曲》走的是西方魔幻路线，成为第七大道两大支柱之一



《中国游戏产业报告》显示的2014年Q1网页游戏情况


第七大道成为2013年页游开发商的翘楚



买下"yeyou"域名后，畅游又投资"wan.cn"，坚定了其发展页游的方针



《秦时明月》是今年畅游力推的页游作品，也标志畅游新域名的正式启用

题材的《神曲》。

根据独立调研机构艾瑞的数据，按2012年净收入计算，Forgame集团在中国网页游戏研发商中排名首位，占市场份额24%，旗下作品主要是以收入最高的《凡人修真2》领衔的数十款页游，Forgame后来在2013年以云游控股的名义在港交所成功上市，成为首家主营业务为网页游戏的上市公司。但日前云游控股发布上半年亏损预警，同时股价持续下跌，早已让出了页游研发商市场份额第一宝座的位置。表面上看，导致云游净亏损的直接因素在于其没有持续强有力的页游作品推出，但在更深层次上反映出页游市场的红利期已经结束，行业资源向更有实力的厂商与质量更高的作品集中，云游控股以往依靠质量尚可的海量游戏打天下的战略就不够灵光了。

在Forgame页游业务下滑之际，被搜狐畅游全资收购的第七大道旗下的两款产品《弹弹堂》与《神曲》却在不断发力，如越南版《弹弹堂》的同时在线人数峰值甚至超过25万，成为继端游《剑侠情缘》后被誉为越南国民级游戏的又一力作。而《神曲》在欧美市场上的强大表现更是让其流水不断地刷新纪录，据第七大道披露的数据显示，《神曲》在高峰期的单月充值收入稳定在1500万美元以上，并创下单日充值收入突破100万美元的中国游戏出口历史最高营收纪录，且海外同时在线人数超过20万人。第七大道旗下两大页游的出色表现，也让母公司搜狐畅游的利润乃至营收从2012年Q3开始先后超越了盛大游戏，让网游巨头阵营重新排座次，在2013年第七大道也成功地坐上了第一研发商的宝座，并持续到今天。

进入2014年后，第七大道页游第一CP的宝座坐得并不稳固，因为今年Q1与Q2搜狐畅游发布的财报连续显示第七大道网页游戏的活跃付费用户在下降。这也说明《神曲》在用户数量方面出现了拐点，接下来开始步入衰退期。按照易观智库发布的2014年Q2的数据来看，第七大道的市场仍以9.1%位居首位，墨麟集团以8.6%紧随其后。考虑到第七大道已有6年历史，而墨麟集团是一家成立才3年的新锐页游公司，因此第七大道目前第一的位置可谓是岌岌可危，尤其是去年第七大道的创始人兼CEO曹凯宣布离职，今年COO孟治昀和CPO胡敏又同时离职后，第七大道原有的创始人高管团队已基本告别，继任者能否堪当重任还有待考验。截止目前来看，第七大道的一系列新品的市场表现还不能达到《弹弹堂》和《神曲》那样的重量级，无法担当现金牛的重任。在单靠吃老本，新品前途未卜的情况下，第七大道正遭遇新晋者墨麟集团的严峻挑战。

墨麟集团最初以推出《秦美人》而成名，后来也曾在腾讯平台推出《战龙三国》，成为腾讯平台收入最高的ARPG页游，仅次于SLC页游《七雄争霸》。今年以来，墨麟集团成功地推出了《大闹天宫OL》与《风云无双》这两款月流水过亿的产品，再加上墨麟集团旗下有多个研发子公司，分布于深圳、成都、上海与武汉，并且有超过千人的成熟技术团队。依靠这种多地集团军作战的路线，不出意料的话它在2014年Q3或Q4就会取代第七大道成为新的页游研发商霸主。除了墨麟集团外，现在位居第三的游族网络通过重组梅花伞实现了登陆国内资本市场的上市大业之后，依靠其海量游戏战术，也在虎视眈眈地坐三望二，有机会赶超第七大道。

目前的墨麟集团已经开始改变其作为页游研发厂商一向低调而闷声发大财的作风，不仅宣布要逆势进军端游，还利用参展ChinaJoy的机会发布多款手游的信息。墨麟集团披露，其今年开春规划的目标是：顺应形势、续航端游、守住页游、开发手游。据笔者所知，墨麟集团下半年还将力推数款页游大作，其中就有当下正在热播的《古剑奇谭》页游版，游戏模式为墨麟驾轻就熟的ARPG，还有一些项目目前还未对外公布，类型不一定是以往的ARPG，比如横版动作闯关类等。

端游巨头的页游战略：几家欢喜几家愁

传统页游厂商们正在历经大浪淘沙，传统的端游巨头也在端游遭遇寒冬，页游的兴起给端游厂商新的机会，他们也尝试来分一杯羹。但纵观数年来端游巨头们的布局与努力，除了腾讯作为中国最大的自有流量平台而实现垄断独占式的运营，进而在今天取得超过1/3 的市场份额外（易观智库发布的数据显示2014年Q2腾讯占据35.7%市场额份），其它巨头里除了畅游全资收购的第七大道外均乏善可陈——包括畅游自身的页游业务，开展了3年多也没搞起来，在2014年斥巨资买下wan.cn及one.cn域名，并独代《秦时明月》页游等大作，着重发力页游平台战略。

网易曾推出过《富甲西游》《战国风云》《三国天下》《仙界村》等页游试探问路，但网易自身并非一个流量平台，所以用端游的那一套运营方法在页游里根本行不通。至于金山，也曾试探性地推出过《格斗灌篮王》等页游，但在测试阶段游戏就挂掉，未曾掀起过任何波澜，甚至有页游项目研发期间就遭



2014年的ChinaJoy没有页游什么事，或者这是一个不需要展会的圈子



岂凡网络刚成立即投入37游戏的怀抱，行业格局可见一斑



腾讯推“火影”页游，说明腾讯也已经很重视页游的IP

裁撤。其他如网龙等端游厂商也曾试水踏足过页游市场，但其页游的命运跟金山相比也好不了多少。在手游大潮袭来之后，页游最终被完全放弃。

完美世界于2013年发布页游战略，公布正在研发的多款页游产品信息，涉及3D休闲竞技页游、3D即时战略页游、3D ACT动作页游、3D大型MMORPG、3D大型军事竞技类页游等次世代页游。其中现在已取得成功的有3D舞蹈游戏《TOUCH》，暗黑式ARPG《冰火破坏神》也已进入市场推广期。巨人网络曾于2012年挖来动网先锋的“85后”总裁吴萌担任副总裁之职，随后成立子公司“巨子网络”，专攻页游业务。经过两年多时间，巨人已在页游市场站稳脚跟，旗下《最无极》国内表现尚可，而《暗黑三国》则跻身韩国市场页游收入第一、综合人气前三，今年则力推《神女天下》。

总的来看，目前为止，端游巨头在页游市场发力后略有小成的只有完美世界与巨人网络，但不管怎么说，不论完美世界还是巨人网络，其研发的产品都不是当今页游市场的主流，因为相比于端游，页游更注重于“得屌丝者得天下”，而产品运营成功与否，则与运营平台是否力推有极大的关系，除了腾讯外，其它厂商只能依靠独代＋联运的方式通过各方渠道流量广撒网来洗用户，而要联运就得接受与各家平台进行分成，而这正是一直通过端游拳头产品来自给自足的端游巨头们所难以接受的。

至于腾讯，虽然单靠独代运营策略便已豪取超过1/3的市场份额，但为了肥水不流外人田，仍然想坚持自主研发页游产品。腾讯在将旗下控股的《七雄争霸》研发商漫游谷转让给博瑞传播后，利用腾讯动漫发行平台获得的《火影忍者》等集英社的11部经典漫画的电子版权的优势，进而正式取得《火影忍者》页游的开发改编权。从2014年4月18日腾讯汇聚旗下精品页游发起的首届Ye游节来看，腾讯依然在坚守页游领域，利用页游在PC平台进行流量变现，但页游没落是大势所趋，即使强如腾讯也不能例外，尤其是随着微信＋手Q衍生出更具垄断性的手游平台后。可以预见腾讯在移动游戏战略上将会有更大的倾斜，而且手游的成长性与想象空间更非当今的页游可以企及，因此腾讯决定全面转型移动游戏，并于今年宣布新立项的项目80%都是手游。

页游市场最大的变数：岂凡网络？

虽然现在页游市场进入寡头化时代，大局基本已定，只是名次上略有调整，但仍然时不时会有一些黑马级的公司或工作室杀出，比如研发《黑暗之光》的青果灵动，以及研发《大天使之剑》的37游戏旗下的极光工作室在产品大获成功之前都未曾为业内人士所熟知，不过令游戏业内人士最为关注的潜在黑马则是由原第七大道创始人兼CEO曹凯所创立的岂凡网络。

当今页游界最为成功的两大制作人，也是近年来最为名副其实的金牌制作人，分别是陈默与曹凯，其中陈默被称为ARPG之王，其代表作品有在天神互动时担任制作人的《傲剑》，以及在创立墨麟集团后担纲制作人或出品人所打造的《秦美人》《战龙三国（龙纹战域）》《大闹天宫OL》《风云无双》等一大批成功作品，这些成功的作品无一例外都是ARPG，而曹凯则致力于游戏类型的开拓创新，在第七大道期间先后打造出两款类型迥异但又极其成功的游戏：《弹弹堂》与《神曲》。

陈默创立的墨麟集团现在已经发展壮大起来，不仅在页游市场上早已站稳脚跟，而且还利用连续推出的页游成功作品来大举扩张，今年开始宣告正式杀入端游巨头们长期把持的端游领域，并大举进军手游领域。而曹凯在离开了第七大道之后，正在进行二次创业，一手创办了岂凡网络，并宣称仍将制作页游。

如今，墨麟集团内部已经建立了一套成功作品的运作模式，常常以近百人规模的团队精心打磨作品，并且植入不同的原创IP或者版权IP，但因受其2D的ARPG游戏类型所限，创新力度并不算大，总体而言仍属于流水线式批量生产产品的制作流程。相比较而言，第七大道以两款全新类型的页游大作取得连续的成功更令行业震动，因此岂凡网络未来推出的页游作品必然极受市场关注，可视为页游市场格局最具想象空间的潜在颠覆者。

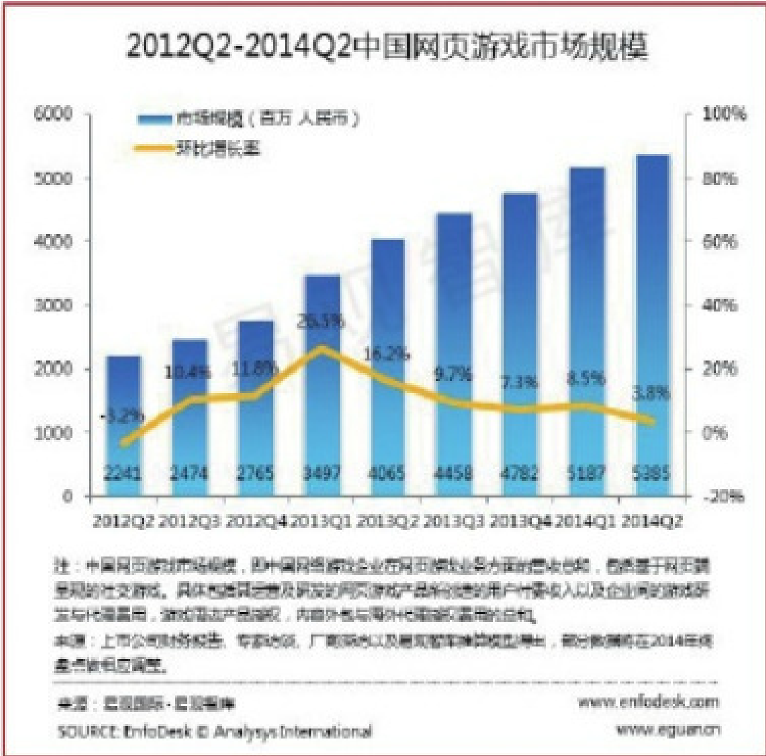


	2012年Q4	2013年Q1	2013年Q2	2013年Q3	2013年Q4	2014年Q1
网页游戏市场规模	22.9	22.7	30.7	33.9	40.4	41.6
移动网络游戏市场规模	10.0	11.0	14.3	19.9	31.5	44.1
网页游戏环比增长率	12.0%	-0.8%	34.8%	10.5%	19.2%	3.0%
移动网络游戏环比增长率	2.0%	10.0%	30.0%	38.9%	58.6%	39.9%

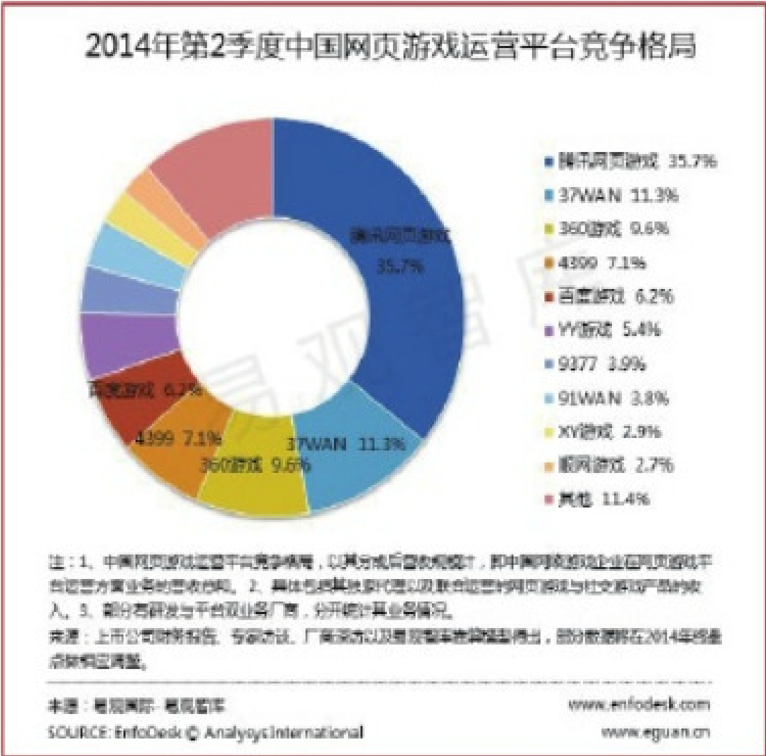
GPC&CNG：网页游戏&移动游戏市场规模，页游被手游所赶超



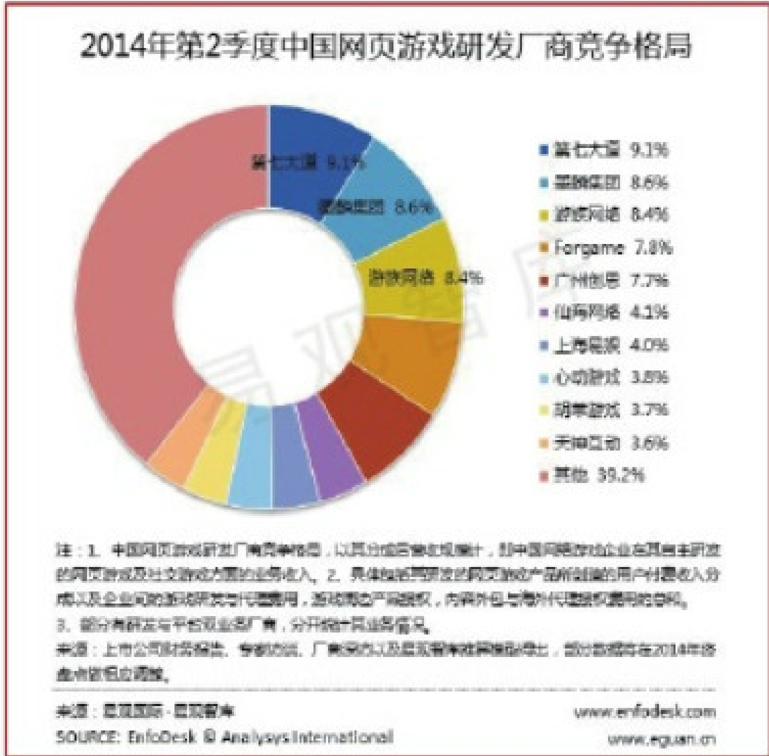
GPC&CNG：网页游戏市场用户规模出现下滑



易观：2012Q2-2014Q2中国网页游戏市场规模



易观：2014年第2季度网页游戏运营平台竞争格局



易观：2014年第2季度中国网页游戏研发厂商竞争格局

页游没落但不会消亡：制作精品应对现状，转型手游押注未来

以上所谈均为页游当今市场格局，至于页游市场的未来将会怎样，笔者认为，页游市场没落是大势所趋，这已经有权威机构的统计数据在作证。无论是墨麟集团今年的发展规划中“守住页游”的四字方针，还是今年ChinaJoy以手游与端游唱主角的情况，都反映出页游的式微。即使是在页游市场取得坐二望一位置的墨麟集团都只对页游采取守势，遑论那些还在生死线上挣扎的页游小厂商了。

当然，我们也不必对页游持过于悲观的看法，因为页游用户主要是端坐办公室利用电脑上班的白领、做小生意的自营小店店主以及大学生等人群，只要PC不死，页游就有其存在价值。用户的惯性是很顽固的，而教育用户更是需要一个漫长的过程。举个例子来说，Windows XP已于2014年4月8日正式退役，但Windows XP的市场份额依然高达30%，甚至安全性一直为用户所诟病的IE6在国内还占据22.2%的市场份额。因此，在很长一段时期内，页游还将存在，目前页游突破百亿市场规模，虽然增速放缓了，但依然维持其惯性在增长，有实力的厂商还可以在页游领域坚守。

至于要问页游市场还有没有好转的迹象，还是先来看PC的现状吧。自从2013年起全球PC出货量持续下降，IDC发布的《全球PC市场季度追踪报告》中称，未来全球PC出货量将持续下跌到2018年，当年凭借PC操作系统与PC办公软件的垄断而强大无比的微软早已不复当年勇，反而因为在移动互联网业务上表现过于迟缓而被视为守旧的代表。我们再参看现在移动游戏发展得如火如荼的日本与韩国市场，韩国市场几乎是直接从端游一步迈进手游市场，而在日本，虽然有少数公司在制作页游，但也不是主流类型，因此目前占据了全球80%以上页游产量的中国，已经算得上是页游的伊甸园。

现在国内的页游市场正身处端游和手游夹缝之中，但也进入了行业成熟期，在各个细分领域都涌现出了独当一面的月流水破亿的大作，这些强势产品的出现，反映出页游市场经过数轮洗牌之后，运营平台和研发商都在逐渐趋向于寡头化。对于市场而言，意味着市场竞争已从原本的无序转向有序，竞争规则基本确立。同时，也意味着页游行业将掀起一场新的淘汰竞赛，企业的经营水平将会逐渐拉开，优胜劣汰将更为残酷。

页游正处在一个十字路口，是迈向最好的时代，还是迈向最坏的时代？玩家既需要轻度休闲又需要重度精品。适者生存的市场竞争法则将决定今后页游市场的走向。各大页游厂商要想在这股浪潮中生存下来，只能把眼光放长远些，着眼于自我创新，重视产品质量，自主创新打造精品，提高竞争优势，以迎来更大的发展契机。但是这只是应对当下页游困境的策略，而端游的今天就是页游的明天，甚至页游还来不及接过端游的接力棒便于途中被手游所赶超，因此考虑转型手游，押注于未来的发展，方是页游厂商的上策。



御剑在天、降妖除魔
——《御天降魔传》再探班

■天津 半神巫妖

2014年8月8日，《御天降魔传》的第一试玩版发布一年多之后，蛰伏良久的天津艺龙发布了《御天降魔传》的第二版试玩。鉴于玩家对第一版试玩的人设、剧情、对话提出了许多意见，天津艺龙放弃了今年初发布游戏的计划，找到了笔者重写剧本、世界观背景、主要人物设定以及官方小说。如今第二试玩版艺龙会做出哪些重大决定呢？让笔者一一为大家揭秘吧！

一 联手完美，勇闯次世代

上海自贸区政策即将放开，主机乃至PC领域将会成为下一个利润爆发增长点。基本可以确定会同时登陆主机和PC端的《御天降魔传》，成为了国产单机游戏进入下一个时代的敲门砖。

完美世界看中了《御天降魔传》的潜质，决定注资1000万协助天津艺龙开发游戏，并成为其游戏的代理发行商。这个合作将带来了一系列变化：比如第二试玩版中玩家提出批评的人物服装将会重新制作，由完美世界提供更为精美的设计草图；笔者撰写的官方小说也将扩容，并很有可能包含未来DLC的剧情等等。

为此，笔者采访了《御天降魔传》主策划之一王冠，与他谈谈与完美合作的前前后后。

巫妖： *之前听说有很多游戏厂商都对《御天降魔传》有兴趣，为什么会选择完美世界作为合作伙伴？*

王冠： 天津艺龙选择完美作为主机、PC平台的代理，主要是看重完美雄厚的实力，先进的游戏运营理念和广布的国内外渠道。这次艺龙与完美联手，很重要的一点便在于此，艺龙的需求与完美所持有的资源高度契合，艺龙渴望通过产品打出品牌和口碑，而完美世界的资源渠道及影响力正是艺龙这样的小工坊所欠缺的。

当然，你提到了其他投资商、代理商，我在这里也可以毫不避讳地说，他们对《御天降魔传》的信心还是略显不足，这一点的表现其实说白了就是投资额。相比于其他厂商，完美的投资额远高于其他家投资商。毕竟有了强大的资金支持，一切才皆有可能。

巫妖： *在与完美世界的谈判中有什么有趣的事情，或者说有什么纠葛可以给我们透露一些吗？*

王冠： 呵呵，总体来说，是谈判就会有反复、纠葛甚至冲突，但我们最后达成了一致，这是最关键的。但在这里我想说的是，不管我们在谈判中遇到了什么分歧，令我最为感动的是这些分歧都和钱无关，大家关心的只有如何把游戏做好，如何改变国产单机游戏的一些痼疾。

完美世界在这方面也体现了一个业内大家的风范，他们很少在游戏本身制作上过多干预，而是不断地提供各种帮助，这也令我们倍感责任重大。比如我们始终对玩家的意见非常重视，比如第二版试玩的服装问题。其实当初你（这

里指笔者）就提出过网游风格的服装与写实风格的背景有些格格不入，但鉴于成本和制作周期，当然最重要的是美工本人的绘画风格，导致很难改动。完美世界果断提供援手，将公司里最知名的美工人员调配到《御天降魔传》项目，为我们每个主角重新绘制几套新服装。在这里我也想借机会表示感谢，希望能一道为玩家奉献出一款完美的作品。

二 打磨人物，独创背景世界观

《御天降魔传》自去年起以一款硬派ACT游戏面目示人，上在笔者接手重塑世界观、剧情之后，开始向ARPG方向改变。这一点恰好与其他国产单机游戏走了一条相反的道路：包括国产三剑在内的其他国产单机RPG，都是在注重剧情塑造、人物刻画的基础上，寻求战斗系统的不断进步。而《御天降魔传》则是在将《鬼泣》一般的战斗系统做完善的基础上，寻求剧情、人物上的升华。二者虽然方向不同，但目的都殊途同归——希望能为中国玩家奉献出带有中国传统文化特色，同时游戏性十足的单机游戏来。

在第二试玩版中，玩家认识了四位主角之中的两位男主角：皇甫云昭和方锦。在这里为大家详细介绍一下他们的详细背景故事和创作过程。

熟悉第一版试玩的玩家一定还记得，那个饱受争议的杀马特风格十足的主角龙凌天。去年8月份我接受剧本修改之后，第一个打算动刀的就是这个有着神裔背景的主角。在不增加额外成本的基础上，我选择了将原先的男二号改作第一男主角，龙凌天改头换面，以凡人而不是神裔的身份充当第二男主角。这就是第二试玩版中见到的长发、持战戟的皇甫云昭以及红衣方锦。

在笔者的理念中，动作游戏的主角不同于角色扮演游戏的主角，一定要有一个相对于普通人有所超越的身份，也就是给玩家一个卓越感。这一点与角色扮演不同，因为角色扮演有着复杂的升级系统、大量对话和剧情可以让玩家体验一个小人物成长的过程，而动作游戏则没有。这一点我们可以从欧美动作游戏中觅得一些端倪：《刺客信条》的主角是远古文明的后裔、《蝙蝠侠：阿卡姆》系列的主角是超级英雄、《鬼泣》的主角是恶魔猎人……也就是说，动作游戏的主角一定要在一开始就有超越凡人的力量，给玩家一个超越凡人的卓越身份。因此，我在设计《御天降魔传》的新主角皇甫云昭时，就考虑到了这一点，为他加入了一些奇幻元素的基因。

在最新的设定中，《御天降魔传》是一个完全架空、充满中式仙侠风格的大陆，但是与传统国产“三剑”不同，御天的世界是一个中低魔世界，没有那么多的修仙者和妖魔鬼怪，整体历史风貌和建筑风格基本处在现实中的秦汉时代。世界设定如下：“天地初，混沌未开，其形为卵。有二元灵生于混沌之中，一名亘古、一名苍茫，于四十三亿前觉醒，合力劈开混沌，劫数之轮运转。期间，亘古以造化定时间、苍茫以神力造人、兽、禽、万物，五行之法始定、神洲乃成。然，混沌之气未散，化为无尽黑气笼罩万物，亘古、苍茫乃取北海灵石琢以剑形，投入不灭真火，得绝世神器曰御天剑。亘古持御天剑驱散混沌黑气，苍茫摧不灭真火席卷万物，曰始劫。其后，万物重生，苍茫预言自



主角皇甫云昭壁纸



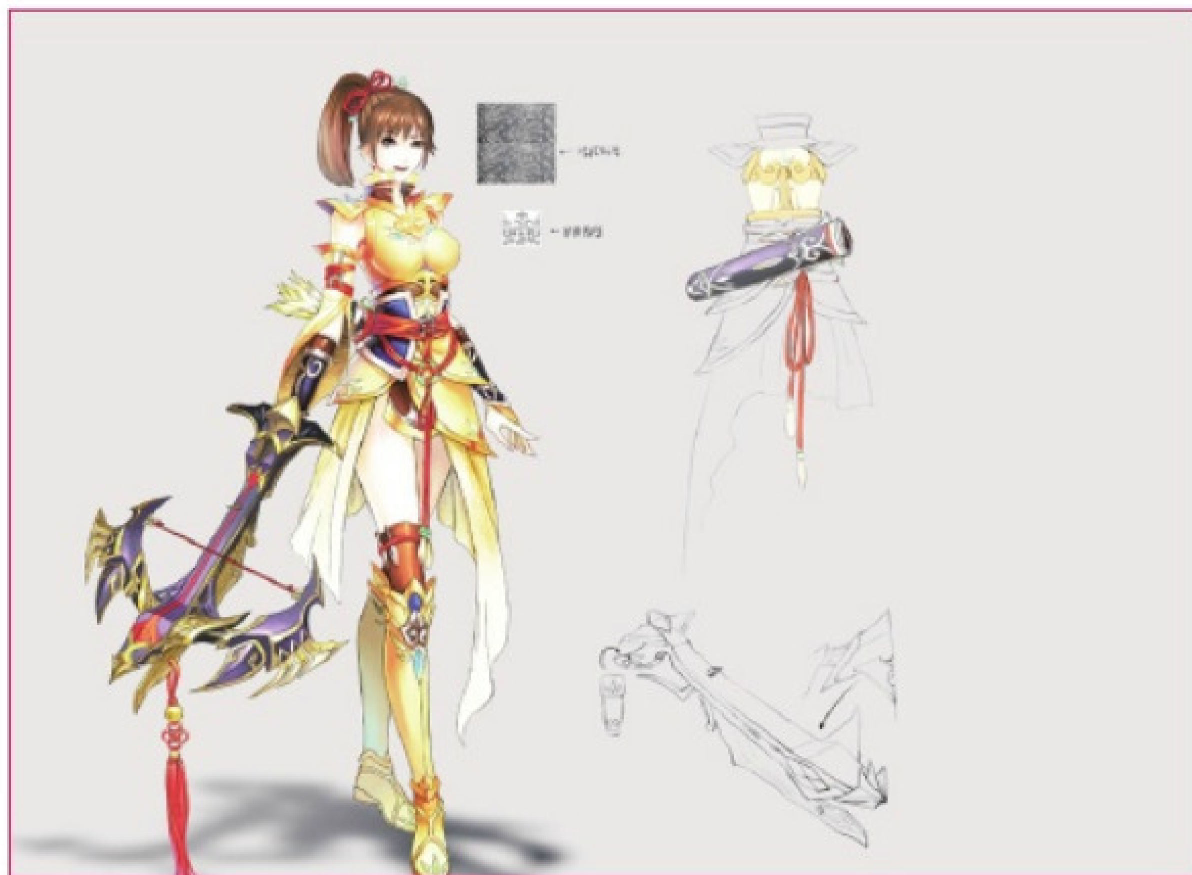
某神秘女性角色壁纸



这位不是主角的人物到底是谁呢？



玩过第二试玩版的玩家肯定会对他不陌生


可能是最早泄露的女主角人设图，最终版本可能会有改动


大家可以看到即便是NPC的建模也十分精致


这个恢弘的场景会出现在正式版第几章呢？


此图左下角可以看到皇甫云昭持戟而立，天上应该是另外两个神器碎片了

此仍将有四次劫在。不想混沌之残存灵气化作一黑色小蛇，遁入沙漠躲过不灭真火。”

因此大家可以看出，上古邪神混沌元神未散，成为了整个世界最主要的矛盾，御天二字所代表的御天剑也就成为了关键所在。在此后的四十三亿年中，这个世界又经历了金木水三次劫难，游戏所发生的时代则是最后一次劫难“土劫”所在的时代。在这个时代开始时，亘古、苍茫二神将混沌元神诱骗至光华山顶，持御天剑与之决一死战，御天剑成功封印了混沌元神，但却只持续了几秒。御天剑被震碎，化作三个碎片遗落凡间。混沌元神也掉落光华山顶，附在了一个过路的郎中身上，这个原本与世无争的郎中，便是我们的主角皇甫云昭。在皇甫云昭被附身之后，他变得不朽，为了压制体内的邪神，避世一万年，直到《御天降魔传》游戏开始，他才发现当年被震落山顶的混沌元神还有一股，此时已经复苏，大地开裂、妖物横生（土劫开始），如果不重新集合御天剑三碎片，那么土劫一旦结束，世界也会随之灭亡……

官方小说详细描写了皇甫云昭从一个与世无争的凡人到游戏开始这之间一万年所发生的故事。大家不难发现，这是一个背负着巨大压力的半神级别的主角，尤其是在一万年前被附身时，皇甫云昭原本是去为自己的新婚妻子，前往神山寻找草药的，却不想被混沌附体且失去了记忆。待他恢复记忆后，已是几十年后了，等待他的只有妻子的坟冢。一个被宿命无情撕扯的男人，在游戏开始时，终于有机会凑齐三碎片，复原御天剑，彻底消灭让自己去妻子天人两隔的邪神了。但他面对的心魔是如此的强大，能否如愿为自己报仇呢？还是复原御天剑后自己封神？这都要玩家自己在游戏中作出选择。

当然，在第二试玩版发布之后，完美世界决定将《御天降魔传》打造成一款次世代的经典作品，加之笔者决定在游戏中增加可选对话，这都使得御天越来越靠拢ARPG。因此，皇甫云昭的恋爱摆上了议事日程。虽然这位半神级别的主角在一万年前失去了自己的妻子，但是这一万年中，或者说时至今日，不可能没有其他女人出现在他的生活之中。尽管《御天降魔传》的两位女主角还没有正式公布，但玩家尽可以期待一段充满了生死离别和人性纠葛的爱情故事——毕竟皇甫云昭仍旧爱着他的妻子，但一万年的孤独对于任何男人都是一种煎熬，不是么？

男二号方锦，已经从龙凌天改为一个凡人的他拥有一把祖传的宝剑赤鸢，原本只是一个被大师兄陷害，贬出师门的武学后生。但不想手中的宝剑实际上就是御天剑所化成的三碎片之一，随着混沌元神的复苏，力量开始逐渐增强起来。皇甫云昭为了凑齐三碎片，打败混

沌元神所散播的妖物，找上了方锦。至于皇甫云昭能否帮助方锦一雪前耻，甚至登上武林盟主之位，就要看玩家自己的选择了。大家不难发现，其实方锦的设定非常类似传统国产单机游戏的主角——江湖小虾米、李逍遥都是这种小人物的设计。并且方锦身上多少也有一些张无忌的影子，只是张无忌凭借的是意外获得的九阳神功，而方锦则是祖传宝剑法力恢复。虽然游戏将皇甫云昭设为了第一男主角，但大家不要忘记，御天是一款可以无缝切换（包括战斗中）主角的游戏，那些喜欢以小人物视角进行游戏的玩家大可以切换至方锦进行游戏。当然，两位女性主角也是玩家可以用来通关游戏的切换对象，这样的设计可以保证玩家在二周目、三周目时也会有新的游戏体验。

《御天降魔传》给了玩家充分的选择权，去影响剧情走向，毕竟本作是有着多结局的设定。至于游戏最终的Boss，我想有的玩家会认为是邪神混沌，但实际上却并不是如此，虽然暂时还不能剧透给大家，但他/她的身影其实已经出现在第二试玩版的通关画面之中，细心的玩家可以自行寻找。

以上，就是《御天降魔传》在人物刻画、世界观背景上的一些简单介绍，相信玩家可以看出，虽然御天是一款新作，但笔者以及艺龙团队在创作中都是秉承着打造一个不一样的、完整的仙侠世界的理念。当然，这些设定还有很多不完善之处，与国产传统三剑相比还很稚嫩，但完美世界和天津艺龙团队依旧会持续不断地完善它，希望可以走出一条有着鲜明独创风格的新路来。

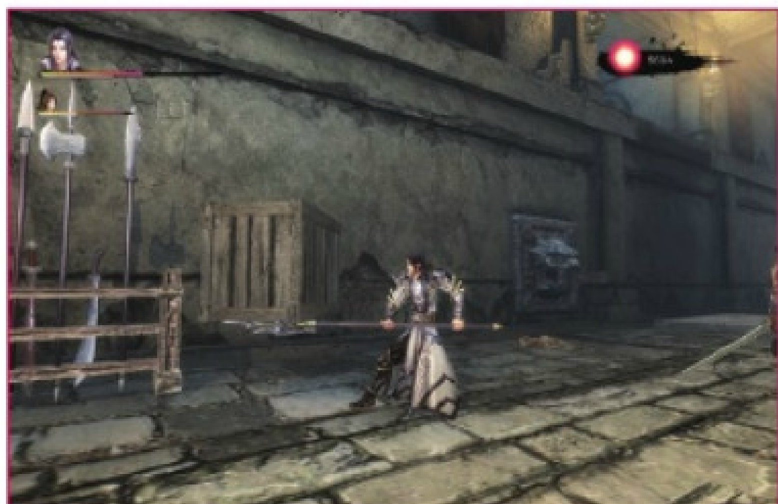
结语

《御天降魔传》距离正式上市还有一段时间，但包括《大众软件》在内的国内知名媒体一直对游戏表示着持续关注，这说明中国国产单机游戏现在的氛围是越来越好。虽然第二试玩版仍存在着一些问题，但从第一试玩版到第二试玩版的进步是广大玩家有目共睹的，作为这款游戏制作的亲身参与者，笔者在最后感谢广大玩家和媒体的支持，希望国产单机游戏越来越兴旺发达，最终走在世界前列。


试玩版提供了很多模式，在正式版中很可能还会加入玩家联网对战模式


也许玩家会对试玩版的人物服装提出批评，但这轮明月却是无懈可击的


擂台战中的场景是方锦所拜的万法归宗门，正式版中可以自由探索、完成大量的支线任务


别问我是怎么做到的


第二试玩版BOSS战的QTE恰到好处，得到了玩家的好评


很多玩家对第一试玩版中的景色更为怀念，这些场景在正式版中都会更上一层楼


第一试玩版的主角龙凌天已经成为历史，但仍有很多玩家希望他能以BOSS的形态出现在正式版中



坚持回合制是误读，“仙6”战斗系统有变革?

——大众软件记者独家专访姚壮宪

■西五环斟茶员 Joker

2014年8月28日，姚壮宪转发了一条《仙剑奇侠传》的官方微博，引起了玩家们的一片惊呼，原因很简单，这条微博的内容是《仙剑奇侠传6》的人物剪影，这告诉了所有玩家，这个国产传奇单机系列的最新作，离我们不远了。

怀着对新作的好奇，8神经和Joker二人拜访了位于北京中关村的北京软星，临行前我曾对目前“仙剑6”的宣传计划抱有怀疑，觉得这么早去打探恐怕获得不了一些有价值的信息，8神经狡猾地笑了笑说：“别怕，姚仙特实诚，绕一绕搞不好能绕出点啥！”

下午3点，我们如约抵达北软，见到了正在等待我们的姚仙。

“咦？姚仙今天没穿您的格子衬衫啊？”8神经的第一个问题有点故意使坏。

“啊，挂着呢，今天停电，太热了……”姚仙认真的指着办公室一角的衣架回答道。

这就是姚仙，一个真诚、直爽的游戏圈老人。由于当天北京软星的大楼停电，姚仙就随意的穿着一件灰白色T恤，一条咖啡色的短裤，即使已经成为了“仙剑”这个传奇系列的活招牌，他还是一如从前，朴素的令人诧异，外在的形象之于他好像并不重要，即使来访的是两个“心怀鬼胎”的媒体记者。可能他感觉，记者们都像是许久不见的朋友，过来找他随意的聊聊天罢了。

角色剪影其实是宣传战略的一步棋

简单的寒暄过后，姚仙说根据与代理商的合同和计划，他们现在还没有进入真正的宣传周期，关于《仙剑奇侠传6》他还不能给我们说太多，让我们不要提为难的问题。随后的交谈中，我们提到了之前放出的剪影，姚仙告诉我们，其实那个是北软自己放出去的，当然这也是和“仙剑六”的代理商沟通后获得了允许，当时的仙剑卡牌游戏刚刚开始内侧，虽然“仙剑六”和仙剑卡牌的代理商并不是一家，但依然可以凭借“仙剑”的品牌效应提供舆论曝光度的支持。

姚仙说：“我们当时想利用这次剪影制造一次声势，把微博的热度冲到第一，这样也能间接的使仙剑卡牌的内测消息让更多人知道。”

“效果达到了么？”我好奇地问。

“嗯，怎么说呢，初期很明显，一度在话题榜和热度榜都冲到了微博第一，但是只维持了半天。”姚仙挠了挠头说道。

“哦？为什么？”我追问道。

“因为下午的时候，文章离婚的消息出来把我们干掉了……”姚仙不好意思地笑了笑，“事情总是很巧合……”

“根据以往的经验来看，这次的剪影人物应该不是主角吧？”8神经在有意识地套话。

“……这是你说的，我可没有承认。”姚仙看了看我们，笑了起来。

（**记者分析：**“仙剑六”的代理商已经由原来的百游更换为代理过《轩辕剑六》的畅游，虽然官方目前并没有宣布，但其实已是半公开的事实。按照正常的宣传期步骤来看，这次公布角色剪影确实是突如其来，有点不按牌理出牌的感觉，毕竟“仙剑六”官网都还没公开。姚仙的解释很合理，接下来的宣传期只怕要几个月后才正式启动，届时所有的爆料都将由畅游的单机部门来掌控，按部就班的进行，这段时间如果没有意外情况，是不会有特别的爆料出来了。）

关于“坚持回合制战斗”，只是一次误读

之前有媒体曾经在报道中提到，姚仙会一直坚持“仙剑”回合制战斗的特色，而关于这个问题，姚仙告诉我们这是一次由于过度解读他的发言而造成的误会。他说他当时是在一次采访中说会坚持“‘仙剑’的特色”，根本没有提及回合制三个字，但当时有一个编辑解读后自行添加了“回合制”三个字进去，之后就传成了“姚壮宪说要让仙剑系列坚持回合制”，造成这种误解真是很无奈。

姚仙说：“我说的是坚持‘仙剑’的特色，而‘仙剑’的特色是把人性、感情、剧情体验放在第一位，战斗系统并不是仙剑最大的特色，我们的战斗其实一直都在改变，坚持回合制只是一次过度解读我所说的话而造成的结果。”

“之前曾经有次采访中您说目前国产单机游戏处于青铜时代，那么现在您认为这块市场有进步么？”

“呃……这是我几年前说的？我有点记不清了，前年？还是大前年？我是说过国产单机游戏处于青铜时代，现在来看可能进入铁器时代了吧，至少我希望从‘仙6’开始能够进入。‘仙6’相比前几代会有一次很大的革新，但是不可能一下就达到国外顶尖的那种水准，



位于中关村附近的北京软星



北软的产品展示柜，许多熟悉的面孔



采访中姚仙各种卖萌



我们甚至怀疑这件格子衬衫才是姚仙的本体

我们没有自大到可以那样自吹自擂。但是我们会争取每代都有创新，每一代都有突破。”

8神经趁势问道：“那听您的意思是‘仙6’的战斗系统这是要大改了？”（套话这么明显，你是怎么理解出来的……）

姚仙：“这次的战斗系统的确会有一次变革，虽然不是像国外顶级作品那样的战斗系统，但是我们会让玩家有一种意料之外，但又在情理之中的感觉。”（您居然还上当了……）

（**记者分析：**姚仙是个喜欢坚守回合制战斗的制作人吗？很明显并非如此，有传言说姚仙看到国产动作游戏《风卷残云》时十分赞赏，很希望未来仙剑系列也能出一款可以酣畅动作的游戏，这次姚仙证实了他有这样的想法。3D的即时战斗要想做好并不容易，有勇气迈出这一步固然难得，但是认清自身开发实力更是重要。记者认为就目前国产单机游戏制作团的实力和财力而言，要想成功迈出这一步还有很长一段路要走。）

“仙5前”开发团队有一部分成员回老家结婚了

之前有消息指出，在“仙5前”项目结束后，研发团队有很多成员离职了。记者本以为是他们耐不住诱惑，选择了去更容易获利的网游或手游圈淘金，但是从姚仙那我们得到了一个令人啼笑皆非的信息：那些成员大多是回老家结婚了。

姚仙说：“在‘仙5前’项目结束之后，研发团队的确有一部分成员选择了离开，最惨的是程序团队，离开了近一半的人，但诸如企划美术等部分其实仅仅走了百分之十左右的新人。走的那些同事大部分都是回老家结婚了……有武汉的，广东的，还有一些其他城市的，而选择在北京生活安家的人其实绝大多数都没有走。因为新项目的研发周期需要两年半，一些人迫于家庭的压力，选择了离开。这次主要走的是‘5前’组的程序人员，这对于研发的确有点伤。但我们本来在‘仙6’项目上就想优化引擎，



随手在日历上记录着今后的日程



想套我话，你们真“2”（设计台词）

而不幸中的万幸是新程序并不是在项目中途加入，在项目一开始就换人其实已经将影响降到最低了。"

"之前'仙5前'的剧情受到了一致好评，那这次'仙6'剧情还是原来的剧情团队负责么？"我对于剧情比较看重，因此对于"仙5前"的剧情策划团队非常感兴趣。

关于这点，姚仙给了我一个肯定的的答案："'5前'的剧情创作团队基本没有变，这个团队是在'5前'时期稳定下来的，做过一次完整项目的团队在把握玩家口味上已经算很有经验了，一个稳定的团队更能产出高素质的内容，这从'5前'的剧情上我们就能看出来，玩家的反馈很好，而剧情团队的稳定对于'仙6'来说也是最好的消息。"

记者："那么，您以前表示，仙剑每一代作品都会在情节或者角色上来一点小传承，跟前面的作品带一点关系，仙6依然会如此吗？"

姚仙："这次的剧情会和5代有一点联系，但是同之前几代正传一样，会是一些旁枝末节的联系，并不会让这一代成为5代的前传或者后传。甚至你只是可能在一些NPC口中听他提到一些熟悉的人和事……"

记者："那么'仙6'的剧情会发生在5代的时间线前还是后呢？"

姚仙："我什么都不知道！……不对，我应该说'无可奉告'。"（突然想起来要保密了……）

主机平台还在评估

之前曾经看过姚仙微博说准备让"仙6"登录主机平台，就这个话题，姚仙也谈了他自己的看法。姚仙表示之前的确有这个想法，不过现在还没有拿到XBOX ONE的开发机，没法评估跨平台移植的难度。之所以有这个想法是因为上海自贸区对于游戏机销售的解禁政策，之前没有做主机平台是由于国内并没有正版的主机游戏销售渠道，他说："总不能让盗版商去帮我们卖游戏吧！"这一块市场在国内究竟有多大潜力，目前还未经证实，所以姚仙还处于一种观望的态度，因为要培养国内的正版主机市场，还需要一段很长的时间。所以目前的重点还是会放在PC平台，毕竟仙剑玩家这么多年消费习惯还是倾向于PC。

仙剑游戏粉丝排斥电视剧粉丝长远来看并非好事

最近《古剑奇谭的》电视剧热播，记者也和姚仙聊起了"仙剑"电影和"仙剑五"电视剧的话题。

姚仙表示："其实'仙剑'电影的进度我也不大清楚，只知道现在还在写剧本的阶段。（记者插嘴：确认是以仙剑一代为背景吗？）是的，是改编自一代。前阵子我还和编剧在一起吃饭，不过现在既然剧本还没写出来，那也急不得了。至于电视剧，现在有规定（电视剧）不能改编游戏作品，我们也没有办法啊。别家有电视剧拍出来，他们大概是走的改编相关小说的申报吧。但是仙剑五的电视剧目前还没有小说可以拿来改。"

记者（开玩笑）："那得催一下管平潮，他的小说才写到仙剑四的阶段吧。另外还有个问题，您对电视剧粉丝很难转化为游戏粉丝怎么看？"

姚仙（很果断的接话）："谁说不能！肯定是可以的。但是这需要有经验的营销团队来运作。比如有同行就做的比较好，他们主动把电视剧和游戏的百度主题贴吧合二为一，我不知道是怎么去百度申请并通过的，但是这样做明显是对转化粉丝很有利的。以前仙剑的有些论坛里，版规不允许讨论电视剧话题，很多游戏的粉丝也对电视剧的粉丝有些排斥，从长远来看，这并非是好事。"

《仙剑奇侠传6》明年暑期档正式上线

"仙五前"的口碑超过五代正传甚多，但是销量却一直没有大的反弹，要探究这里的原因，姚仙第一反应是："我也没怎么想明白……"不过他很快又补充，"外传作品对玩家的吸引力还是差一个等级吧。如果'五前'不叫前传，而是叫仙剑六，销量应该会好一些。另外还有个很重要的原因，就是'五前'选择在寒假档期上市，春节期间对销量几乎没有什么帮助。以后我们不会再选择寒假档期上市了。"

"那么仙剑六确认是暑期档上市了？"

姚仙肯定地回答："明年暑期，六月底或者七月初。'仙剑六'肯定会如约与大家见面。"

结束了采访，临别之时姚仙问我们："听说你们要做APP啦？"

"啊？对，产品大概在10月上线"8神经一愣之后回答道。

"嗯，早该转了，跟我们一样。"姚仙说罢就笑了。P



正在认真回答我们的问题



九月PC单机游戏一览

9月PC游戏市场终于摆脱了此前几个月的冷清落寞，在自己的领域拥有影响力的游戏陆续上市。比如《模拟人生4》的推出吸引了大批模拟类游戏粉丝，其中许多人已经对各类MOD跃跃欲试了。而FIFA 15作为系列最新作也备受球迷玩家的关注。新作虽然不可能有脱胎换骨的变化，但依旧值得期待。在动漫游戏方面，《火影忍者疾风传》的新作也让“火影”粉丝兴奋。玩多了国产页游那些回合制的“火影”，拿起这款真刀真枪对打的动作格斗游戏来，感觉就是不一样。

9月除了上述几款作品之外，也不乏小众精品，比如登陆Steam的《圣铠传说》，麻雀虽小也是五脏俱全，游戏还支持四人联机对战。虽然它只是WB Games Vault的第一款游戏，但游戏性并不比所谓大作差。

当然在每一个月的列表中总不会少了“年度版”“整合版”之类的炒冷饭作品，比如9月的《丧尸围城3：天启版》《神鬼寓言：年度版》都是如此，这些整合版本对游戏各方面进行优化，对于此前没有玩过游戏的玩家来说是不错的选择，可惜的是大部分汉化补丁往往不会跟进这些版本的游戏，所以要尝试的玩家得靠自己动手丰衣足食了。

游戏名称	原名	类型	发行时间
模拟人生4	The Sims 4	模拟经营	2014年9月2日
圣铠传说	Gauntlet	动作角色扮演	2014年9月3日
丧尸围城3：天启版	Dead Rising 3 Apocalypse Edition	动作冒险	2014年9月5日
神鬼寓言：周年纪念	Fable Anniversary	角色扮演	2014年9月13日
火影忍者疾风传：究极忍者风暴 革命	Naruto Shippuden: Ultimate Ninja Storm Revolution	格斗	2014年9月17日
FIFA 15	FIFA 15	体育运动	2014年9月23日
伊森·卡特的消失	The Vanishing of Ethan Carter	冒险解谜	2014年9月25日
福尔摩斯：罪与罚	Sherlock Holmes: Crimes and Punishments	冒险解谜	2014年9月30日



模拟人生4

■类型：模拟经营 ■制作：Maxis&The Sims Studio ■发行：EA ■上市时间：2014年9月2日

9月单机游戏终于不再那么落寞，大作渐渐浮出水面。其中由EA发行的《模拟人生4》首当其冲。本作是“模拟人生”系列的最新作品。游戏冠以4代标明了它正统续作的身份。作为正统续作，4代不但要直面本系列最核心的玩家，还将承担此后众多资料片的洗礼，这将是对游戏素质最严峻的考验。

4代在基本玩法理念上继承了前作，但在细节上多有改进。在创建人物方面，游戏给玩家更大空间，玩家可以塑造更有特点的人物形象。游戏在对生活的“模拟”上也尽力做到真实还原，玩家角色进入一个真正拥有互动的“社区”之中。游戏的重头戏在于陪伴玩家生活的亲朋好友与邻里友人。NPC拥有丰富的“情感”与“记忆”，可与玩家角色进行更多互动，而这些互动正是“模拟人生”系列最为吸引人的地方。

在联机方面，EA依然会不遗余力地推广自己的Origin平台，不过EA也吸取了此前《模拟城市》新作的教训，《模拟人生4》支持离线游戏，这让它回到了真正意义上的“单机游戏”范畴。不管怎么样，真正能博得玩家芳心的还是游戏本身的品质，而非在线联机这类小把戏，游戏素质是否令人满意还得经过玩家的考验。

FIFA 15

■类型：体育运动 ■制作：EA Sports ■发行：EA ■上市时间：2014年9月23日

到了每年第四季度，备受期待的足球游戏便成为游戏玩家关注的焦点。EA率先宣布于今年9月23日推出FIFA系列的最新作FIFA 15。足球游戏每年推出新作已经成为惯例，玩家首先关心的是画面上的进步。此次新作使用了UFC所使用的EA Ignite引擎，在游戏画面上会有明显的提升，从球员的面部细节，到球衣、草皮等细节表现都变得更加丰富。新作在画面上值得期待。

除画面之外，官方号称游戏许多方面都有改进，比如守门员的AI设定、球员的情绪表现、现场球迷与场上情势的互动、多样的庆祝动作等等。其实这些官方说辞听多了玩家都能倒背如流，画面进步还可以通过眼睛来衡量，那么球员AI这类游戏的“改进”就见仁见智了。EA每年都推出新作，总要给玩家几个掏钱买新作的理由吧，总不能把游戏做成整合新一年球员数据的“升级版”了事。好在FIFA系列总有一个冤家对头“实况”可以打嘴仗，两家粉丝每年这个时候互相死磕已经成为惯例，当然实际上这样的竞争对两家的销量都有好处。新一代FIFA到底素质如何，还得玩家自己试过。





劫掠模式想要获得胜利，队伍必须要以运钞者为核心进行接力长跑，同伴倒下另一人立刻接上

战地强硬路线

Battlefield: Hardline FPS Viseral Games EA PS4/PS3/XONE/X360/PC
2015.3 辽宁 Nemo

年初网络就曾传言，下一作《战地》将交给Visceral开发，以警匪为题材。E3期间，这一传言得到证实，新作名为《强硬路线》，EA在发布会结束后立刻发布了多人测试，让玩家先睹为快。游戏变为特警与劫匪的对峙，坦克、战斗机等重型装备不复存在，警用的轻型装甲车和运输直升机成了本作的最强载具，且数量极为稀少。普通的轿车和摩托没有防弹能力，就算敌人没有打中驾驶员和乘客，随便一梭子轻机枪子弹就可以把车辆打爆。驾驶手感与前作相同，想要开车撞死敌人并不容易。没有装甲的车辆在游戏中仅仅是代步工具，到了地点最好下车，不要开着轿车和步兵死磕。防弹车辆分为三种：移动指挥车类似前作的步兵战车，乘客可以通过射击孔压制敌人，但主副驾驶并没有炮塔可用，作为移动复活点，即使车内没有人，玩家也可以在指挥车里重生，这一点使其成为队伍的核心；装甲SUV的在车顶备有一挺M134加特林机枪，但必须将自身暴露在外才能开火；装甲攻击车是唯一一种具备封闭式炮塔的车辆，也是唯一一种主驾驶拥有攻击能力的车辆，搭载小口径火炮。因为队伍只有一辆装甲车的主驾驶搭载武器，单枪匹马把车开出去并不明智，最好组队出击。直升机方面，受题材限制去掉了阿帕奇和眼镜蛇，仅剩黑鹰和小鸟，不过本作没有通古斯卡等专用防空载具，加特林机枪打直升机非常吃力，再加上试玩版的地图位于市区，飞行员可以轻松借助高楼躲避毒刺导弹的锁定，直升机的日子过的异常滋润。



本作的载入地图画面变成了类似电视频道紧急插播的样子，这点还算有点新意，符合警匪题材

步兵方面，前作的四个职业仍在，虽然换了个叫法，但明眼人都能看出突击、支援、工程和狙击的



游戏的UI十分简陋，虽然重生画面可以看到大地图，但在玩家存活时的暂停画面并没有大地图

“游戏变为特警与劫匪的对峙，坦克、战斗机等重型装备不复存在。



血钱模式中央的金库是兵家必争之地，单人运钞无疑于自寻死路

新马甲。职业平衡性尚属不错，四个职业都有其用处。装备解锁在一定程度上模仿了《使命召唤：黑色行动》，玩家随对战进程不断获得金钱，用积累的报酬解锁新玩意。装备搭配的自由度也更高，玩家可以随意捎带两件装备。工程同时背一把RPG和一把毒刺，就能做到对空对地两不误，因为本作的装甲车耐久无法与步兵战车相提并论，修理工具的实用度大减，司机要不断移动才能保持生存力，过去那种一边修一边打的打法很难凑效。

试玩版提供了两种模式，劫掠（Heist）将传统概念中的夺旗和征服相结合，匪徒在开局炸翻两架运钞车，安置炸弹炸开后门，将钞票取出后运到指定两个地点方可获胜，一个地点位于马路尽头，另一个地点位于高楼楼顶。运钞者被特警击毙后，一段时间内没有匪徒捡起钞票，钱袋回到原位，若时间耗光后匪徒仍未能运走全部钞票，则宣告特警获胜。表面上看，劫掠模式有一个清晰的目标，但本作的载具弱、地图小，玩家更倾向于直接在地图上其他小队成员身边直接重生，因为本作的地图规模较小，步兵靠双腿跑路并不麻烦，导致32个步兵跑的满地都是，敌人从四面八方涌出，玩家经常被各个方向的子弹射中，与《使命召唤》一样混乱，缺乏清晰的层次感。

另一个模式血钱的指向性要好不少，两队后方各有一辆空的运钞车，地图中央是一座金库，从这里搜集钞票，率先积累500万美元的队伍获胜。玩家还可以从敌人的运钞车里直接偷钱，打击敌人的同时壮大自己，因此这一模式经常演变成此消彼长的拔河式拉锯战。这一模式更强调配合，搜集钞票时必须盯着金库，缺乏防备，需要队友的掩护。玩家每次最多可以携带50万美元，钱袋装满就必须回到后方的运钞车卸货，一旦中途被击毙，钞票就会散落一地。因此也有人专门猎杀运钞者，以逸待劳。战斗集中在两队后方的运钞车和地图中央的金库，外围的马路基本是逃命用的，道路顺畅，交火很少，只要司机踩满油门在直道狂奔就难以阻挡。基地的运钞车放置在停车场内，玩家可以升起移动栅栏，避免敌方车辆开进来突袭，但这样一来我方的载具也无法靠近，最好的办法是让友军开一辆装甲车进来，然后立刻封锁。

从试玩版来看，Visceral削弱载具强化步战的大方向并没有错，问题在于游戏的地图太大，跑动频繁，更像《使命召唤》那些蹩脚的中型地图，载具爽快感大减，步兵战更为混乱，丢掉了《战地》的优点，捡起了《使命召唤》的缺点，令人哭笑不得。如果你追求《盗火线》那种步步为营的感觉，最好还是选择《反恐精英》《收获日》或未来的《彩虹六号：攻坚战》等真正的警匪游戏，《强硬路线》只能算一个半吊子的官方MOD——没人会想到区区银行劫匪也能大量装备毒刺导弹、M134加特林和中型直升机。试玩版的银行位于洛杉矶，但这样的装备足以让历史上那两位臭名昭著的北好莱坞劫匪望尘莫及。这根本不是美国劫匪的规格，更像是富可敌国的墨西哥大毒枭。你可以说，游戏而已，不必较真，但大量武器的建模和贴图直接照搬前作，甚至保留着“国家财产”字样，就实在说不过去了。游戏直接照搬《战地4》的引擎，测试早期甚至出现了《战地4》的网络判定Bug，而DICE早在E3前就修正了这一问题，暴露了Visceral漫不经心的态度，因为美工蹩脚的原因，游戏的画面甚至逊于《叛逆连队2》，更无法和《战地4》相提并论，是整个系列5年来画面最差的一作。抓钩之类的小玩具看上去有点新意，但也不过是炒《战地2》的冷饭，真正的新装备几乎没有。

本作的载具是《战地4》的弱化版，如果步战的乐趣没有强化，游戏的存在价值就值得商榷了。想玩《战地》的人大可继续玩《战地4》，不想玩《战地》的人玩其他游戏便是，《强硬路线》很难拉拢到新玩家。如果本作以《战地4》的DLC推出，仅卖15美元，相信所有玩家都可以接受，但EA却将其定义为59美元的新作，甚至推出69美元带DLC的豪华版，捞钱意图过于明显。EA的CEO承认，《战地4》是赶工产物，留给制作组的时间太短，Bug成堆的情况难以接受，所以本作在发售前半年就开启测试。最初的限量测试很快演变为彻底开放，为了吸引玩家，制作组甚至解锁了全部道具，即使如此，服务器列表依然冷清，大部分人体验了几个小时便心生厌倦，免费体验尚且如此，有多少玩家愿意掏钱购买，可想而知。一个开发两年之久的项目居然是这种素质，令人咂舌，不过考虑到Visceral的上一款游戏《战地双雄：恶魔联盟》媒体平均分不到60，出现这种情况倒也算意料之外，情理之中。正式版会加入更多新模式，如高速公路追逐和营救人质，如果这些内容无法提升游戏的耐玩度，量产化《战地》酿出的苦酒，就只能留给EA自己喝了。P



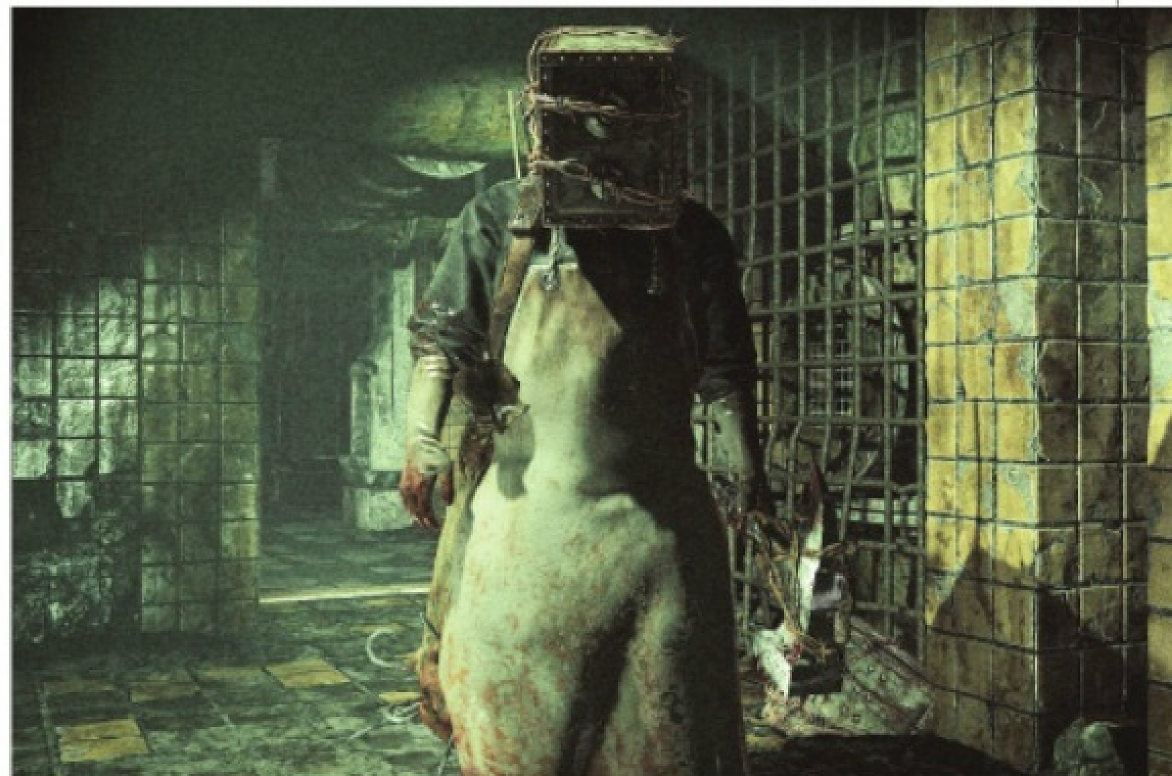
恶灵附身

■The Evil Within ■ACT ■Tango Gameworks ■Bethesda Softworks
■PS4/PS3/XONE/X360/PC ■2014.10.14 ■四川 葬月飘零

恐怖游戏一直以来就是一个比较独特并且另类的游戏类型，这种以吓出玩家一身冷汗为卖点的游戏的的确确比传统车枪球所能够带来的感官刺激要更有内涵更加刺激。虽然游戏的互动性让制造恐怖的手段比电影来的更多，但是显然，恐怖类游戏的玩家受众数量较传统游戏而言非常至少，并且受众玩家的平均口味水平更加的刁蛮，所以制作恐怖游戏似乎就成为了一种费力难讨好的事情。诸多前车之鉴的血淋淋足以让人感到畏惧，《死亡空间》、《生化危机》从恐怖转向射击，《寂静岭》则沉寂多年才刚被KONAMI复活。不过让人欣慰的是，如今与CAPCOM决裂单拉队伍的三上真司还在死守恐怖游戏的最后阵地：《恶灵附身》（The Evil Within，以下简称TEW）就是这位《生化危机》之父守卫现代恐怖题材游戏最后阵地的武器。

《生化危机4》那酣畅淋漓的极端环境生存冒险体验使其成为永恒的经典，但随后因为三上真司与CAPCOM矛盾重重最终决裂而使其无缘参与续作的开发，而《生化危机5》过于舒适的生存环境和过于爽快的射击体验让新接手的制作人竹内润受到了生化饭们的严重质疑。很明显，虽然TEW另开新篇，但TEW就是三上真司的《生化危机》的精神续作，游戏中的大部分要素都与《生化危机4》极其相似，很多地方我们都可以感觉到一股浓浓的“生4”范扑面而来。


■ 古老欧洲庄园式建筑风格的精神病院内一段悲惨历史被人掩盖


■别看他拿着的是锤子，三上真司的恐怖游戏怎能少得了电锯老祖？

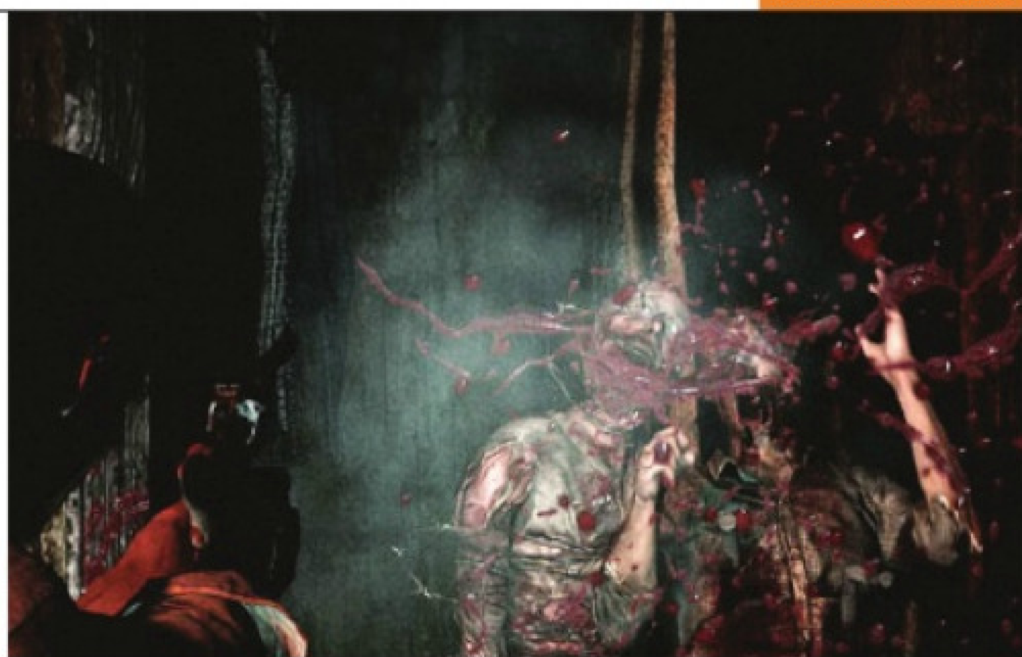
虽然TEW的的英文名有恶灵和内部两个词汇，但明显这是欧美地区本土化的手段，其日版英文名称“Phycho Break”直译为“精神崩坏”，这才真正的道出了TEW游戏的主题：一个关于精神崩溃的故事。TEW将会在现实与精神世界中同时进行，让玩家难以分清目前身处之地究竟是现实还是虚幻，意识流将会从头至尾伴随游戏，一些环境会随时发生改变从而引发新玩法，而这正是TEW的超前之处。TEW的主题故事构架比较老套，一名探员和他的搭档卷入了一场神秘事件之中，经过主角的努力最终真

相大白的经典套路。虽然故事主体很俗套，但是细节与世界观却拿出了足够新、甚至有些超前的点子和内容。

TEW的故事开始于一家精神病院，当地的警探塞巴斯蒂安·卡斯特罗与老搭档约瑟夫·奥达、刚转入小队不久的女探员朱莉·基德曼一起来到这家发生大屠杀的精神病院。之后玩家可以操控塞巴斯蒂安继续开篇剧情：进入医院内三人发现早有其他警探抵达这里，但却不见他们的踪影，仅有数辆空荡荡的警车，警觉的约瑟夫还注意到警车内武器空空。三人来到医院建筑门口，塞巴斯蒂安要求朱莉等在这里，随后与约瑟夫进入大厅。二人发现大厅内被各种死状的尸体塞满，这些死者无一例外都没有搏斗痕迹，很显然是一击致死。约瑟夫在位于大厅西侧的监控室内发现了幸存者，但没问出有用信息这位幸存的医生就立即断了气。监控屏幕引起了塞巴斯蒂安的注意，三名警员对着一个白衣人射击，但奇怪的是飞出去的子弹却穿过白衣人，白衣人瞬间移动到警员近前将他们一一干掉，正当塞巴斯蒂安惊讶之余白衣人却已然站在了他的身后。

清醒后的塞巴斯蒂安发现自己被倒吊在一间阴森的房屋内，身边一个疯子拿着刀砍下了一个人的整个上半身，拖倒砧板上挥起屠刀。塞巴斯蒂安通过荡秋千取下了面前倒吊者身上插着的刀砍断了绳索，偷取钥匙之后准备逃离此地却触发警报，屠夫拉响了电锯追了上来，一电锯戳在塞巴斯蒂安腿上，带着伤腿塞巴斯蒂安拼尽全力跑进电梯摆脱了电锯老祖的追赶。来到地面上，塞巴斯蒂安发现，街道完全被毁，整个世界都变了样。

在这段长达8分钟的演示中我们看到了太多太多三上真司式的吓人桥段和手法：昏暗的灯光与灰色调的画面将压抑气氛烘托起来；时而大时而小的世界名曲片段反复在耳边萦绕，加上不远处屠夫在砧板上挥动砍刀发出来的切肉与喷血混杂在一起的声音，一种古典式的怪诞感觉立刻爬上你的心间；无法看清面容且一身脏兮兮的莽汉拉咆哮着响电锯等等。总之，在“生4”中的那些经典吓人桥段在TEW中会有更加纯熟的表现。



丧尸类恶灵是游戏（以及很多同类恐怖游戏）中的低级小怪

三上真司式恐怖的基础是恶劣的生存环境，弹药即便计算着用一些突发事件会让你本就少的可怜的弹药数量损失过半从而导致后面弹药紧张的窘境发生，穿插的各种谜题也让玩家感到压抑烦闷的绝佳手段。再加上犹抱琵琶半遮面式的音乐音效和恐怖扭曲且战力不对等的敌人，偶尔穿插一些咯吱你式的吓人手法比如突然暴起的尸体或是一些很显眼的静止物体突然就那么人畜无害的动了一下，这些手法的排列组合就构成了三上真司式的那种恐惧、压抑与怪诞混杂而成的恐怖感。显然，战斗是三上真司式恐怖的最重要的一个环节。

TEW仍然是以第三人称展开冒险，以越肩视角展开战斗，但是这一次对玩家比较宽容，玩家可以在移动过程中射击，但精准度会因移动而受影响。而且还有各色武器和配件帮助玩家战斗，比如感应式粘性炸弹可以贴在敌人必经之路上，比如近距离时比手枪威力更大的散弹枪等等。敌人依然能偶依照不同的射击点做出不同的反应，射击脑袋可爆头、射击手臂会暂时停滞、打出硬直可近身QTE、射击腿部可击倒，这里值得一提的是，玩家可以用火秒杀倒地状态的普通小怪，这就让“射腿点火”式秒杀成为可能，此大法能够节省大量弹药。另外游戏中会穿插大量谜题等待玩家一一解开。



塞巴斯蒂安将在各种建筑中寻找真相，破除恶灵



在这里突袭的巨型水鬼一定能够结结实实的下玩家一大跳——前提是别被剧透

日落过载

■Sunset Overdrive ■TPS ■Insomniac Games ■Microsoft Game Studios ■XONE ■2014.10.28 ■四川 葬月飘零

有些游戏专注于讲一个好故事，而另一些游戏则专注于玩家的游戏体验，当然，二者并重的游戏才是好游戏，但这并不是说，只注重一方面的就是坏游戏。E3 2014微软发布会上，当《龙腾世纪：审判》的PV结束后，发布会的下一个段落为我们展现了一个有趣的游戏：《战地4》范十足的美国大兵被一群匪徒逼入一座仓库二楼的箱子掩体后，大兵发现弹夹已空后绝望的看着不远处仓库大门，突然大门被撞开，一个非常违和的卡通角色跳了出来，干净利落中还带着诙谐与戏谑，很快将匪徒们打扫干净："现在你和你的箱子已经安全了。"

这就是Xbox One独占游戏《日落过载》（Sunset Overdrive，以下简称SO）向传统射击游戏发起的挑衅。

很显然，这段PV是在讽刺传统掩体流的射击游戏太过枯燥无味，以及掩体流射击游戏完全抹杀了玩家的个人战斗风格。在传统掩体流射击游戏中玩家们只能龟缩在掩体内，时不时探出头给对面掩体后刚探出头来的敌人来上几枪，然后缩回掩体换弹夹，找机会再度探出脑袋——无论是看起来还是玩起来还真的是一点也不个性，除了枪炮呼喊声衬托出来的紧张感之外，观其本质的确很无聊，SO就是要打破这种常规，让战斗更加个性。

虽然SO极力标榜玩家个性，但游戏背景故事却一点也不个性：2027年的日落城人们喝下了一种奇怪的饮料导致大量人口发生变异，日落城被怪物占据，仅有少数人活了下来，很显然，这里需要英雄，而玩家就是落日城的英雄。

SO的故事非常单薄，仅仅给了玩家一个狂射低等怪物的蹩脚理由，而这个理由还极为牵强，不过游戏质量却非常值得称赞：在E3微软发布会上的实机演示中我们欣喜地发现，SO讽刺掩体流标榜自己更加个性好玩的牛还真不是白吹的。

在SO中有单人模式，玩家可以一个人在落日城中体验一个个任务，当然，完成任务的过程主要就是杀灭这帮低等怪物。在发布会现场演示中我们看到，射击并不是游戏的主要成分，各种酷炫的位移跑酷才是游戏主体，玩家可以再栏杆上滑行，也可以在墙壁上飞奔，甚至二段跳可以跳的比房子还高。而且地图上还散落着大量的机关，比如踩上去就会喷火的陷阱等等，再加上游戏中海量的武器，机枪、火箭弹、手雷，甚至是核弹发射器一应俱全。玩家在SO中所要做的就是用花式虐怪大法来屠杀这些下等生物，怎么爽怎么来，怎么个性就怎么打。







上图 恶心的下等怪物无需怜悯尽情狂虐

中图 巨大的核弹还会有漫画的拟声词衬托威力

下图 戏耍怪物是游戏的一大乐趣

SO的日落城是开放沙盒世界，玩家可以来到任意一处虐怪，同时游戏允许最多8名玩家共同游戏，只有PVE和合作虐怪，SO并不提供PVP，但是PVE会有各种模式、各种玩法、各种任务目标会变着花样的让玩家爽。同时游戏业允许玩家自定角色，在虐怪中赚取积分，然后用积分解锁自定项目来打扮自己的角色。

很明显，Xbox One独占游戏SO的定位就是一款TPS类型的割草游戏，对于发泄情绪而言，没有什么比一个割草游戏更适合了。



■ 对于这种大块头玩家最好在远距离就把它放倒

神鬼寓言传奇

■Fable Legends ■ARPG ■Lionhead Studios ■Microsoft Game Studios ■XONE ■TBA ■四川 葬月飘零

《神鬼寓言》系列一直以来就以诙谐幽默的方式来讲述童话故事，该系列的故事舞台一直以来都钟情于阿尔比恩，这也是有原因的，阿尔比恩是大不列颠岛的古称，英式幽默一直以来是该系列的最大特色——诙谐、讽刺、还有一点点自嘲式的黑色幽默。在阿尔比恩的大背景下该系列的一代又一代为我们讲述了关于阿尔比恩的历史。不过这一次的《神鬼寓言：传奇》（Fable Legends，以下简称《传奇》）瞄准了这个大陆更久远的历史，瞄准了阿尔比恩开荒时代，瞄准了开拓者们最初的故事。

《传奇》的故事发生在初代的400年之前，那时候的阿尔比恩还只有一个小镇，但在小镇上却流传着一个传说，传说里说在大陆上有一把神奇的月亮之杖，它是阿尔比恩的希望。然而小镇之外都是非开发的蛮荒之地，幽深的森林、险恶的沼泽、恐怖的地穴，还有生活在那里的各种怪物。一些英雄聚集起来，开始寻找传说中的月亮之杖。

与该系列前几作一样，游戏风格属于卡通写实风格，但这一次的《传奇》得益于虚幻4引擎，以往那种浓郁的塑料质感少了不少，而且战斗系统也更加流畅爽快，可以说是目前该系列水准较高的一作。

《传奇》是一款主打多人连线的游戏，但也有单人模式允许玩家一个人将游戏打穿，在单人模式中玩家并不孤独，类似于《龙腾世纪》或者是《秦殇》那样玩家将操控四人小队中的一名角色，而其他角色则由AI接管，以小队为单位展开冒险。目前游戏有四名角色，力量型的骑士、技巧型的剑士和弩手，还有魔法型的法师，值得一提的是，四种职业不同技能之间的组合能够让伤害成倍增加，比如在E3大展上我们就看到了魔法师将巨人冻成冰块之后由骑士的重击将冰块打碎的场面。在战斗中玩家可以再四名角色之间随时切换，放开控制权的角色将立即被AI接管，换句话说，玩家可以再当前控制角色即将陷入无法避免的危险时，立即切换其他角色是玩家不二的选择，或许AI会让危险中的角色转危为安，不过这种赖皮玩法还是少用为妙。虽然只有四种职业，但或许日后游戏会通过网络更新或是DLC的方式追加更多职业，让游戏更加好玩。

在多人模式中，最多允许五名玩家同时游戏，第五名玩家则以上帝视角和即时战略的游戏方式加入游戏，类似于《小魔帝国》那样玩家需要派遣各色的怪物去阻拦其他四名玩家抵达目的地。当然这名玩家无法一口气将所有强力怪物派上场，一些如冷却、点数消耗等限制会均衡两方面玩家的势力，而并非呈一边倒的态势。

四名以下玩家游戏时则属于纯PVE，当然，PVE中双人游戏或是三人游戏也可以，没必要非得凑到四名玩家才行，空缺的角色将由AI接管，但此时不能切换角色。玩家们可以挑战已有关卡或是主线任务，也可以从网络上下载其他玩家打造的关卡进行冒险。游戏中战斗方面将以传统的小怪+BOSS的形式为主，地形对战斗的影响不大，玩家们所要做的就是杀灭一切阻挡玩家寻找宝物的怪物，最终收取得宝物。游戏允许玩家与其他NPC互动，或是接取一系列任务，或是花钱购买他们的服务，还可以在酒吧中玩迷你游戏，甚至可以与其他NPC赌博。而该系列一向不会少的自定项目，《传奇》中玩家仍可以自定义角色外观、装备、技能等等来让自己的角色更个性。



■阿尔比恩仍然是这一作的舞台

《传奇》的耐玩度不低，借助Xbox One的云网络支持还会有新内容追加进来，这一次狮子头的目标是让《传奇》的产品生命周期达到三到五年，《传奇》作为一款半网游半单机的游戏而言后续的新内容应该不会让玩家失望。P



■四名玩家共同冒险，另外一名玩家可以以上帝视角来阻挡这个小团队



全境封锁

■Tom Clancy's The Division ■TPS ■Ubisoft Massive ■Ubisoft ■PC/PS4/XONE
■TBA 2015 ■四川 葬月飘零

在无序状态下重建旧秩序或是建立新秩序是游戏中较为热门的题材之一，无序状态下的混沌状态能够给游戏开发者们更多的发挥与想象空间，借助混沌状态将感人至深或是骇人听闻的故事为玩家们展现出来，整个故事有了混沌与建立秩序的背景会更加刻骨铭心。末日则是人类社会无序状态的终极形态，《辐射》、《地铁2033》系列满目疮痍的核战后末世，《狂怒》荒凉残酷的未来末世，《行尸走肉》充满食人丧尸的恐怖世界无一例外的瞄准了无序状态下的末世世界。《全境封锁》则为我们展现了一副人类社会秩序被病毒摧毁的纽约市。

美国在2001年6月22和23日进行了一次名为“暗冬行动”（Operation Dark Winter）的灾难模拟。该模拟模拟了毫无抵抗的美国遭受生化武器攻击后的反应。模拟以俄克拉何马城被天花病毒生化武器攻击为开始，美国政府各部门的反应速度完全跟不上病毒的传播速度，天花病毒迅速蔓延开来，伴生的天灾人祸是更大的恶魔，人们开始哄抢生活物资，甚至为了一些面包而大打出手，社会秩序崩塌，国家在短短的五天内完全失控。这次模拟虽然是为了建立完善的预防措施和反应机制而为，但模拟的结果却让所有人大吃一惊，美国脆弱的应急能力在生化武器面前竟然如此不堪一击。

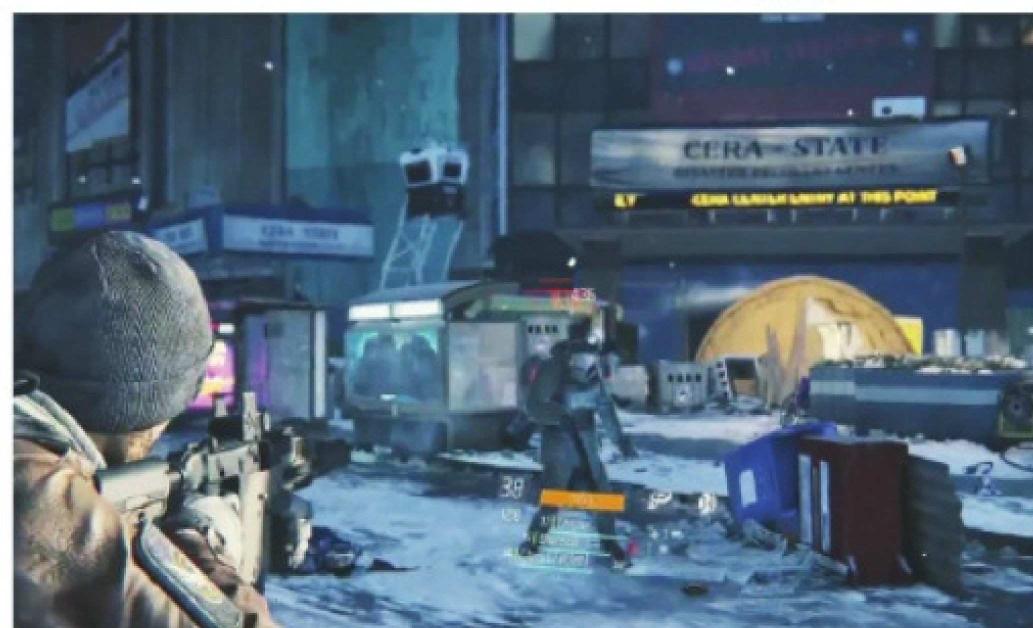
2007年5月4日，美国政府将名为“国家安全和国土安全总统第51号政令”的应急预案通过，乔治·布什签字并生效，这一纸政令更像是国家的最后保险单。该政令旨在让美国政府在一些灾难性事件发生后，甚至总统与高官死亡的糟糕状况下，还能够让政府保持最低限度下的正常运行，并逐步让秩序重回正轨。

《全境封锁》的游戏世界观的灵感正源于此：一种神秘病毒在美国的每周打折日周五当天蔓延，有人将神秘病毒附着在纸币上，通过打折日激增的货币流通速度将病毒传开来，人们通过美元感染病毒并为病毒继续传播铺路，很快秩序荡然无存。51号政令随即被启用，名为国土战略部（Strategic Homeland Division，SHD）的政府职能部门随后被激活，SHD也被称为“The Division”，这正是游戏名称的由来。SHD成员是从特工与士兵中选取出来的精英，被安插到各种部门之中，一旦灾难来临，那些幸存下来的SHD成员将汇集一处，借用各种资源重整秩序，拯救幸存者，避免让人类在灾难中灭绝。

《全境封锁》将舞台设置在纽约，黑色星期五的三周后，玩家将扮演SHD成员，在无序的纽约市拯救幸存者，搜集可用资源用以重整秩序，当然更重要的使命则是找出病毒的解药，以及整个灾难的始作俑者并让他为此付出代价。

《全境封锁》是一款多人在线游戏，游戏的主体与精华在多人连线模式上，但也允许玩家当单机游戏来玩，玩家将跟随主角一步步的查明真相，将散播病毒的家伙绳之以法，虽然一个人完全可以将整个游戏打穿，但只玩单人模式游戏乐趣损失过半。《全境封锁》最主要的玩点还是与合作和团队，与队友一起探索整个纽约城，搜集补给、救助平民、教训恶棍，随时可能出

■被电得原地跳舞的倒霉鬼顿时成了活靶子





无人机的强光会让单个敌人瞬间失去战斗力

现的遭遇战会打你一个措手不及，与单机相比乐趣更多。

《全境封锁》在多人在线模式中允许玩家PVP或是PVE，但是二者并没有确切的什么模式来区分，而是以玩家当时游戏的状况来决定，换句话说，除了一些特定的模式之外，在多人游戏中玩家既可以与队友合作探索纽约城，也可以与其他玩家狭路相逢为争夺补给和资源而大打出手。游戏极力营造出一个亦敌亦友的世界，"没有永远的敌人只有永远的利益"在《全境封锁》的世界中是最基本的生存法则，玩家们可以因为探索一个有着巨大资源潜力的地铁站而合作，也可以在宝藏面前自相残杀，一切都取决于利益。

《全境封锁》中会有海量的支线任务和副本散布在巨大的城市之中，探索是玩家最主要的游戏动力和最基本的游戏方式，在去年E3大展上为玩家们展示了这方面的信息：玩家需要前往警察局进行搜索，在前往警察局的路上玩家发现了一个还未被探索的地下通道，新发现的地点可以在地图上记下，随时可以回到这里展开探索。来到警察局，遭遇一小股敌人，这里的战斗与传统TPS几乎一样，传统的掩体对射，包抄、火力压制、冲刺近身秒杀等等一应俱全，但AI和UI表现更优秀。游戏UI干净利索，需要的时候以全息影像的方式现实在相关物体周围，比如子弹多少在枪械旁边一目了然，随时开启查看也可随时关闭专注于战斗。敌人的智商明显不低，人多的时候懂得包抄，人少的时候会散开并在掩体后打黑枪。

在E3 2014微软发布会上育碧登台进行了实机掩饰，着重展现了多人模式战斗方式与战斗策略的多变性。游戏开始于地铁内，前往地上途径地铁轨道时玩家对周围的环境进行了声波扫描，扫描数据后以全息影像为我们展现了11天前这里的混乱景象，在其他地点玩家也可以通过声波扫描来搜集有用信息。继续前进来到地上，与敌人展开激战。战斗中我们看到了一些全新有趣且好玩的小玩意，这些小玩意能为战斗增色：电磁陷阱能够让踩到的敌人在原地跳舞从而完全失去战斗力；环境扫描能够将周围敌人标亮，让敌人更醒目；闪光弹飞行器能够飞向敌人并使用强光闪瞎单个敌人的双眼而并非将在场所有人致盲；设置在掩体上方的火焰固定炮台能够让掩体区域更安全，阻挡妄图突击的敌人。但在E3育碧发布会上只为我们播放了一个关于SHD救助平民并与匪徒发生冲突的CG，着实小气。

《全境封锁》中将会有很多系统为不同喜好的玩家服务，玩家可以选择不同装备如突击步枪擅长于突击作战，狙击枪擅长于远距离狙杀，选取不同战斗配件如地雷或是闪光弹等等，选择不同的技能如治疗等，选择不同的升级路线甚至不同的加点方式，这些内容的排列组合能够打造出各种各样的角色。如同游戏的阵容系统一样，游戏并没有规定死，完全将选择权交予玩家，但需要注意的是，无论如何组合搭配，输出、坦克、治疗的铁三角规则仍然是《全境封锁》变化多端的职业系统最根本的原则，一个标配队伍必须要有以上三种角色，当然如果玩家们有信心或是想要尝试奇葩玩法增加乐趣，也可以考虑各种奇怪的队伍、装备、配件等方面的搭配与组合。

另外值得一提的是《全境封锁》能够与移动设备互通并加入一场战斗之中。《全境封锁》除了主题游戏之外还会有多人对战模式，类似于《战地3》那样允许数名玩家在一张较小的地图上鏖战。在纯PVP地图中允许双方各5名玩家互相对抗，4名玩家在战场中对射，而另外一名玩家则需要手持移动设备以鸟瞰视角统揽全局，这名场外玩家可以为队友空投物资、为队友施加Buff甚至为敌人施放Debuff，还可以通过点击敌人将敌人标亮为友军提供目标，而且还可以实时的语言提示场内玩家在什么时候应该做什么事，非常有趣。P



掩体依然重要，但这里的掩体大多都可被破坏

怪物猎人4终极版/4G

■Monster Hunter 4 Ultimate/4G ■ACT ■CAPCOM ■CAPCOM ■3DS
■2014.10.11（日）/TBA 2015（美） ■四川 莽月飘零

开启硬派动作狩猎游戏类型的《怪物猎人》由于其战斗的招式一板一眼，以及各种强力怪物层出不穷，因而在国内获得了"怪物虐人"的戏谑别称。不过死忠们更愿意以英文缩写名称拼音化拼读称其为"猛汉"，操控着汉子与凶猛怪兽大战的乐趣并不是所有玩家能够消受得了的，但对于能接受的玩家而言《怪物猎人4终极版》（Monster Hunter 4 Ultimate，以下简称MH4U）虽是冷饭，但美味不减。本作的日版名为《怪物猎人4G》，将于10月11日发售，而进一步增强的欧美版则将于2015年初上市。

MH4U仍然以刷怪与采集素材为游戏主要方式和内容，玩家将在以下几个场景中展开狩猎之旅：遗迹平原、地底洞窟、原生林冰海、地底火山、天空山。除了这些狩猎场景之外还有多个村庄允许玩家前往，这是该系列继MH2以来第二次采用多村庄多据点的一作，其中包括火山底部岩洞土龙人族村落纳古力村、海滨奇可村和通往天空山必经之路的西纳托村，不同的村落里面的设施和功能NPC也不同，他们身上所携带的情报任务、所贩卖的素材道具武器装备都不一样，玩家可以通过旅团在各个村落之间方便移动。MH4U仍会保留随从猫系统，泡温泉被猫饭系统取代，通过吃饭获得BUFF，相应的食材系列任务也会在游戏中出现。

该系列每一作的美术和文化风格都有一个明确的主题，代原始风格、二代的中世纪风格、三代渔村风格等，MH4U的风格则被定位在西部牛仔风。另外游戏的故事性被重视起来，以往该系列没有剧情内容，玩家的刷怪之旅就是故事剧情，但由于跟风者如《讨鬼传》、《噬神者》等系列既做到了硬派战斗和海量装备素材的刷刷刷，但又在剧情上自成一派，这种李鬼逼死逼死李逵的节奏迫使MH4U不得不加强剧情这一块短板。

在MH4U中将会有更多全新内容加入，武器方面，除了原本的经典武器如片手剑、狩猎笛等之外还新增两种武器操虫棍和蓄力斧，前者既允许玩家操控昆虫攻击敌人，又可以耍出一套好棍法来虐怪，而且二者相辅相成，可以驱使虫子采回精华强化棍子，让棍法更具威力。后者类似于斩击斧，配合瓶子的使用可以增加更多伤害，同时蓄力斧具备单手剑的灵巧，也具备斩击斧的伤害，是一个非常强劲的武器。

当然除了增加两个新种类武器之外，所有种类武器下也将会有海量不同属性的装备，与装甲配合组成套装是猎人们最重要的阶段性目标之一，在MH4U中卡普空向玩家们征集了武器设计图，来自欧洲的Lin Setzekorn名为"皇帝的演讲"的狩猎笛设计方案作为武器设计大赛的优胜将会出现在MH4U之中，挥动狩猎笛演奏音乐会提高角色精神属性，而且装备的基础属性也很好看，加上狩猎笛上面可爱的小猪以及挥动起来萌萌哒的叫声，相信很多玩家会选择这一款武器作为狩猎笛主力装备。新套装也会被加入游戏，等待玩家搜集素材并一件件的制作套装。而这一次的怪物既包含前作经典怪物，也有全新怪物登场。另外游戏还加入了病毒要素，病毒可以感染猎人与怪兽，感染将以不断增加的进度条表示，一旦进度条被填满病毒就会立刻发作，玩家需要不断攻击来削减进度条，如果成功将进度条归零那么会心率会大大提升，一旦病毒发作受到攻击后HP可恢复部分将不再可恢复。怪物感染病毒后会狂暴提升属性，同时还会传染给猎人。



■新旧大小各色武器汇聚一堂，武器的更新也是每作《怪物猎人》的最大卖点之一

最后值得一提的是，MH4U不仅允许玩家跳悬崖，更允许玩家攀爬岩壁，前作有去无回的窘相将一去不复返。而另外一些区域会有隐藏地点，允许玩家类似前几作怪物逃跑那样，借用洞窟、斜坡等地点迅速在两个距离很远的区域移动。还允许玩家爬到怪物背上进行QTE来给怪物造成更多伤害。


■新增怪物黑蚀龙凶猛迅捷，是个难缠的对手

女神异闻录4 通宵热舞

■Persona 4: Dancing All Night ■MUS ■ATLUS ■ATLUS ■PSV ■TBA 2015 ■山东 hjpotter

由于《女神异闻录》3、4两代中由目黑将司创作的现代风格音乐饱受玩家好评，不光是每年一次的武道馆演唱会座无虚席（虽然每年的曲子都差不多就是了），系列相关音乐专辑的销量也冲破了50万大关。ATLUS当然不会放过这个赚钱的机会，他们趁热打铁公布了PSV上的音乐节奏游戏《女神异闻录4——通宵热舞》。本作由开发过《初音未来歌姬计划》等知名音乐游戏的DINGO负责实际开发，预定于2014 年秋季发售。



■来吧，与高中女生偶像们一起热舞

在《女神异闻录4》结局后的夏季，不光是主角，队中的高中生偶像久慈川理世也同样回归都市，继续从事演艺活动。然而，与理世交好的人气妹系偶像“小加奈”和她的团队“小加奈的厨房”却被卷入到了奇妙的都市传说中——她在0点打开某个网页时，不幸看到了某个网站的奇妙影片，并被带到了名为“深夜舞台”的异世界。

“不能就这样放着不管，请大家帮帮她们！”

理世向主角和同伴们发出请求，为了拯救可爱的后辈，《女神异闻录4》中的团队再次集结，一起突入深夜舞台，与全新登场的伙伴们并肩作战通宵热舞，再次拯救世界。

本作收录了系列中超过30首的人气音乐，包括P4的战斗音乐“Reach Out To The Truth”、主题曲“Pursuing My True Self”等，同时也收录了《女神异闻录4》中的大量知名场景，玩家可以随意挑选自己喜欢的舞台与曲目来敲击按键演奏音乐。值得注意的是，本作中不光是偶像里世，其他同伴和他们的Persona也同样可以展现自己的舞姿，以舞蹈为武器与暗影作战。

除目黑将司的音乐外，本作也将与知名音乐制作人小室哲哉和浅仓大介进行跨界合作，以吸引到更多喜爱音乐的玩家。

王国之心HD 2.5 Remix

■Kingdom Hearts HD 2.5 Remix ■ARPG ■Square Enix ■Square Enix ■PS3 ■2014.10.2（日）/2014.12.2（美） ■山东 hjpotter

在PS2上推出了两部正统作品，同时也在NDS、PSP等掌机上推出了大量的衍生作品的“王国之心”系列被誉为SE除《最终幻想》和《勇者斗恶龙》之外的第三支柱。这个游戏系列与动画巨头迪斯尼展开了跨界联动，描述了一名叫索拉的14岁男孩与唐老鸭、高飞狗一起在迪斯尼世界中冒险的故事，游戏中不仅会出现白雪公主、花木兰等大量迪斯尼角色，比比、萨菲罗斯等“最终幻想”系列中的人物也会在游戏中扮演重要角色，是一款同时拥有“动画”和“游戏”两方面魅力的游戏。


■HD重制的《王国之心Ⅱ》

还记得《王国之心HD 1.5 Remix》吗？这部PS3独占的的冷饭合集包括了PS2上的初代《王国之心》和《王国之心：记忆之链》两部游戏的HD复刻版，以及NDS游戏《王国之心358/2 Days》的高清故事影像，曾让不少玩家重温了《王国之心》系列的乐趣。

既然销量不错，复刻大厂SE就又打起了其他老游戏的主意——新的HD重制合集《王国之心HD 2.5 Remix》即将在今年下半年与我们见面。

《王国之心HD 2.5 Remix》依然为PS3独占。与前作规格相似，游戏收录了PS2上的《王国之心Ⅱ》和PSP上的《王国之心：重生》两部游戏的HD复刻版以及NDS游戏《王国之心：编码》的高清故事影像。游戏的画面将全面提升为支持16:9的高分辨率版本，并追加奖杯系统，日文及英文的语音也将同时被收录到游戏中。如果您将游戏打通关，还可以获得一部PS3的自定义主题。

此外，《王国之心HD 2.5 Remix》的游戏音乐也将被“Remix”。SE的老搭档——Video Game Orchestra旗下的SoundtRec Boston将负责游戏BGM的录制以及混音工作。经过现场录制和重新混音，传奇作曲家下村阳子笔下的优美旋律会再次绽放光芒，带领玩家回溯当年与唐老鸭与高飞狗一起探索动画世界的美好体验。

SEGA



创造即是生命

世嘉的轨迹

■策划 本刊编辑部 ■执笔 Nemo、digmouse

世嘉（SEGA）——很难估算这样一家历史悠久的公司对游戏界的影响有多大。对于PC用户，世嘉从上世纪90年代中期就开始涉足PC，大部分名作均有PC版，近年更成为了Steam一个有分量的发行商，推出不少PC独占游戏。对于主机用户，世嘉缔造了一段充满激情的时代回忆，虽败犹荣，今天的世嘉不再推销主机，但依然在主机游戏界占有一席之地。对于街机用户，世嘉自创社以来便是这一领域的霸主，主导全球街机产业超过50年，直到今天依然担当领路人的角色。如果没有世嘉，游戏界的面貌将大不相同，因为世嘉创造了太多第一，多到不胜枚举：第一款日产电子游戏，第一款体感游戏，第一款快门3D游戏，第一台16位主机，第一个正式进入中国等金砖四国的主机厂，第一款3D化格斗游戏，第一台实现网络对战的主机，第一个3D网络社区，第一台提供网页浏览器的主机，第一个跨平台对战系统……在那些没有第一个涉足的领域，世嘉也经常后来居上，成为社训“创造就是生命”的最好证明。

十年前的2004年10月1日曾被视为世嘉的转折点，从这一天起，世嘉与SAMMY正式合并，很多人担忧世嘉会逐渐淡出游戏界。但十年后的今天，世嘉收购了多家PC和主机工作室，继续坚守游戏业，并且大力发展电影、音乐、动漫，把经典品牌扩张到游戏之外的领域，还兴建了多家游乐场。纵观历史可以发现，世嘉从未以纯粹的游戏公司自居，他们的目标是成为东方的迪士尼，成为一家综合性的娱乐巨头，有了SAMMY的资金支持，世嘉得以在这个道路上继续前行。玩家或许并不关心这些，但今天的世嘉依然在发行游戏，包括很多核心向游戏，这便足矣。从长远的眼光看，世嘉在今天探索的新形态媒介，有可能在未来成为像电子游戏那样改变娱乐界的伟大造物，而我们则有希望亲眼目睹一个新时代的到来。

生来不凡

世嘉早年的历史曲折，任天堂一直是日本京都的那个任天堂，而世嘉的源头是由美国人成立的美国公司。艾尔文·布朗伯格（Irving Bromberg）出生于1899年，从24岁起，他在纽约布鲁克林区的一家汽车公司担任总裁，干了7年。因全球性的经济萧条，汽车业务受到严重影响，艾尔文辞职，他看上了对于当时而言理念前卫的自动售货机，决定自立门户，成为纽约、波士顿和华盛顿的第一批自动售货机供应商，获得好评，随后他将目光转向其他投币器械。1934年，艾尔文在洛杉矶创建了Standard Games（标准游戏）公司，在各大城市经营街机，反响不错。艾尔文·布朗伯格的儿子马丁·布朗伯格于1919年出生，马丁也颇有商业头脑，早在12岁时他就开始帮父亲艾尔文打理公司业务。高中毕业后，马丁开始参与Standard Games的经营，他将街机业务从市区拓展到美国本土的各个军事基地，最远的一个分部建在了珍珠港。

纳粹轴心国已经呈现出咄咄逼人之势，美洲试图置

Service Games

这是Service Games于1945年在夏威夷成立时的公司商标，这家由美国人建立的美国公司成为世嘉的源头



弹珠台游戏至今已有数百年历史，投币式弹珠台诞生于1931年，至今仍是街机业的支柱之一


马丁似乎早就算到美国会和日本开战，珍珠港是兵家必争之地，但他当然算不到日本空袭的准确日期

SEGA

Service Games在50年代末注册的“SEGA”商标，颜色为红，字体颇具古风，与后来大相径庭

身事外，但马丁似乎料到美国加入二战只是个时间问题，他半开玩笑地在珍珠港的一部老虎机上贴了张纸条：“如果有空袭，就躲在这台机器下面，相信我，它绝对不会被炸”。讽刺的是，日军飞机轰炸时，马丁本人就在珍珠港，好在他运气不错，没有受伤。美国正式参战，马丁加入了海军，考虑到他在夏威夷的街机工厂还有不少工人要打理，海军并没有让他上前线，马丁管理手下的员工在珍珠港的造船厂工作。二战结束时，马丁和军界要人已建立良好关系，垄断了夏威夷的街机生意。1945年，马丁·布朗伯格与父亲艾尔文·布朗伯格和好友詹姆斯·洪佩特（James Humpert）一起成立了新的街机公司Service Games（服务与游戏），这便是世嘉的前身。1951年，美军禁止在本土基地经营各类投币式街机，但这条法令不涉及国外驻军，于是Service Games把夏威夷的街机搬到了日本的美军基地，重心转向亚洲。随着日本经济的发展，Service Games逐渐走出军营，开始涉足民间。当时的日本百姓还玩不起老虎机这种阔绰的东西，公司在民间的主要业务是点唱机，并在短短3年内占据了主导地位。50年代末，公司注册了商标“SEGA”，即Service Games的缩写，随后的大部分产品都打上了这四个字母。

当时日本的点唱机严重依赖进口，就算是自己组装，也必须使用进口的零件，价格居高不下，Service Games则推出了第一款纯日本产的点唱机SEGA 1000，销量火暴。进入上世纪60年代，随着经济的发展，弹珠台和老虎机在日本也开始风靡，这两种产品是Service Games的传统强项，伴随业务的上升，公司开始在日本建立连锁街机厅。1964年的东京奥运会可谓千载难逢的商界良机，Service Games获得了奥运主题街机的独占授权，大赚一笔，营业额超过百亿日元，充足的资金让公司具备了大规模收购的资本，并在一年后吸收了罗森公司。这家公司由美国人大卫·罗森于上世纪50年代在东京建立，最初的业务是照相。战后的日本急需证件照，当时的照相馆收250日元，要三天后才能拿到照片。而美国的Photomat照相亭只要25美分（折合当时的90日元）且立等可取，但经过一段时间照片就会褪色。罗森改进了这一缺陷，并将其引进日本，生意火暴，随着模仿者的出现，罗森在三年后关闭了照相业务，开始向街机领域发展。他低价收购大量因法律限制而积压在美国的街机，高价转卖到日本，成为Service Games的主要竞争对手。东京奥运会之后，日本经济开始腾飞，市场上出现了越来越多的街机公司，为了集中资源，罗森主动和Service Games的创始人艾尔文·布朗伯格进行洽谈，准备合并。

1965年，Service Games与罗森公司合并，成立世嘉企业公司（**セガエンタ—プライゼス**），“世嘉”（**セガ**）正是“SEGA”的日语音译，大卫·罗森担任新公司的社长，在这个位置上一干就是29年。此时的世嘉已经不再满足于简单的老虎机和弹珠台，开始发展机电街机，这是一种使用电力驱动结构装置的街机，虽然算不上真正的电子游戏，但花样远比齿轮和马达驱动的纯机械街机更丰富。1966年，世嘉推出了日本的第一款机电街机《潜望镜》，玩家透过潜望镜式的观察口，瞄准敌舰，用鱼雷将其击沉，其声光效果领先于当时的其他街机，风靡全球。1967年，为了规范街机产业，各大公司联合成立了JAA（日本街机协会），旨在引导街机的有序发展，首任会长为罗森。1969年，为了扩展海外业务，世嘉接受海湾与西部工业集


装有多张黑胶唱片的老式点唱机，磁带录音机直到上世纪60年代才量产，更不用提CD或者MP3了



老虎机玩法简单，只要拼出三个相同的图案就能获奖，因为有赌博性质，在很多国家和地区被禁止



SEGA在1975年更换的商标，使用了6年，后来调整了字母“G”的形状，成为今天的商标



《潜望镜》所代表的机电街机在今天的游乐场依然随处可见，并没有随着电子游戏的风靡被彻底淘汰



《Pong-Tron》虽然只是雅达利原版《Pong》的模仿品，但作为日本第一款自产的电子游戏，意义重大



《Head-On》的迷宫比较简单，不如《吃豆人》复杂，但其人气不如《吃豆人》的真正原因是缺乏有趣角色

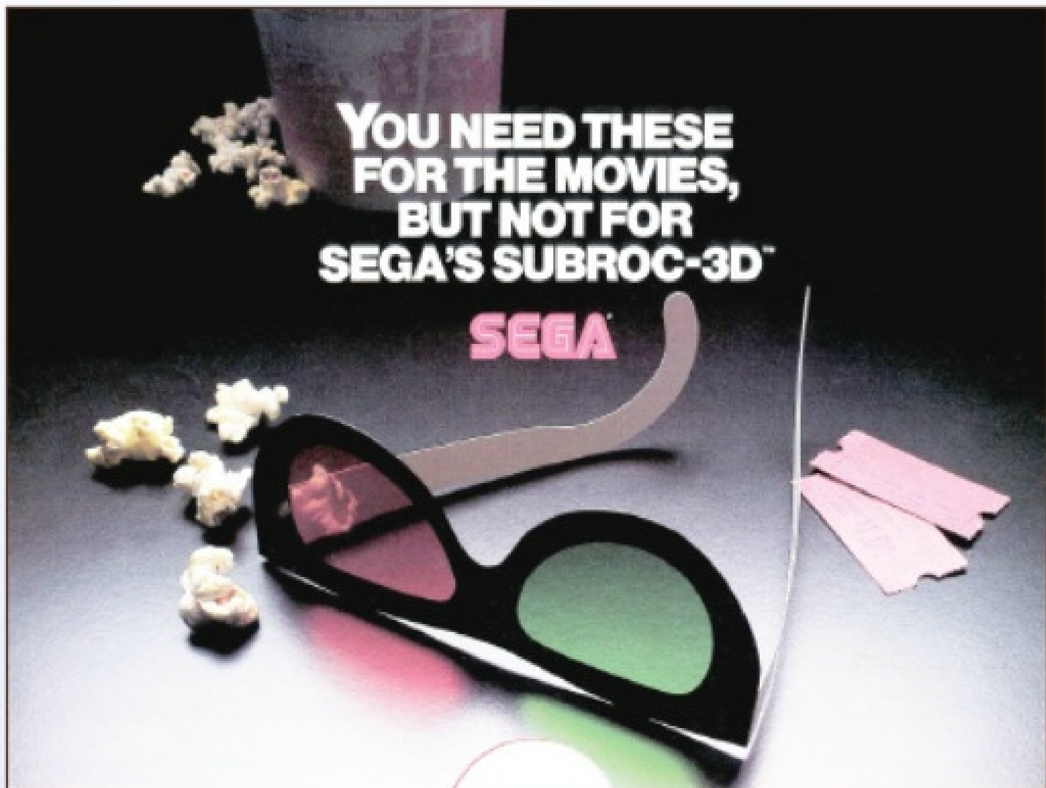


《摩纳哥赛车》在国内的知名度不高，但KONAMI的模仿品《公路斗士》在FC玩家群中人尽皆知


《摩纳哥赛车》的框体类似真正的汽车，使用方向盘操纵，从此世嘉对RAC的宣传走上了“香车美女”路线



《Turbo》与《摩纳哥赛车》在视角方面的变化显而易见，带入感和速度感大增，为RAC指明方向



《SubRoc-3D》的广告，嘲讽电影院落后的红绿3D眼镜，世嘉对快门3D的应用比PS3和Xbox 360早了28年



因为当时还没有多边形的街机，《SubRoc-3D》的立体感仅停留在2D分层方面，不过效果已经不错

团（Gulf and Western Industries）的注资，成为派拉蒙的子公司，罗森将世嘉总部搬到美国，日本成为分部。

进入上世纪70年代，机电街机在日本的地位逐渐被真正的电子游戏取代。1972年，雅达利简单有趣的乒乓球游戏《Pong》风靡全球，世嘉经过逆向工程，在其他日本公司之前推出了模仿品《Pong-Tron》，当时全世界的游戏公司都在竞相模仿《Pong》，世嘉的此举也算不上黑历史，况且《Pong-Tron》还是日本第一款电子游戏，具备从无到有的历史意义。很快，世嘉便意识到，同质化竞争没有出路，必须创作出独特的作品才能有立足之地。1979年4月推出的《Head-On》是历史上第一款“消点式”游戏，玩家操纵白色的车辆，在迷宫中躲避红色的敌人车辆，搜集完赛道上的红点即可过关，在日本获得出色反响。当时共有十多家公司获得世嘉的许可，量产《Head-On》的街机，NAMCO没有获得授权，但他们模仿了本作的创意，在一年后推出《吃豆人》。作为后来者，《吃豆人》的设计比《Head-On》更成熟，不过NAMCO获得成功的根本原因并非游戏素质，而在于他们创造了一个吉祥物式的形象，这才是《Head-On》乃至早年的世嘉所欠缺的东西。

1979年世嘉另一款大受欢迎的街机是俯视角RAC的范本《摩纳哥赛车》（Monaco GP），KONAMI在5年后推出的《公路斗士》（Road Fighter）明显模仿了本作。1981年的《Turbo》将《摩纳哥赛车》的视角由从上至下的俯视视角变为从后到前的纵深视角，车体、赛道和旁边的场景描绘就当时而言都极为精细，给玩家强烈的速度感和带入感。1982年的《SubRoc-3D》则是全球首款3D显示的电子游戏，采用极为超前的快门3D技术。1983年的《天体环带》（Astron Belt）是史上第一款使用LD光盘为载体的游戏，采用双层画面技术，下层为LD存储的电影视频，上层为玩家操纵的飞船和敌我双方的子弹，攻击判定模糊，但画面极为华丽。

世嘉随后趁热打铁，在一年多的时间里推出了三款LD新作，《星际骑兵》（StarBlazer）的玩法与《天体环带》类似，画面更为华丽，《阿鲁贝加斯》（Albegas）是类似《龙穴》的FMV游戏，《赛车世界》（GP World）则是一款RAC，玩家可以在三条视频构成的赛道中切换位置。1991年，世嘉联合《龙穴》的作者里克·戴尔（Rick Dyer）推出又一款使用LD的FMV游戏《时间旅行者》（Time Traveler），框体的外屏使用特殊的半球形，产生类似全息影像的效果，立体感极强。一年后世嘉还利用这一框体制作了FTG游戏《全息角斗场》（Holosseum），同样具备极强的立体感，载体从LD变为成本更低的卡带。

世嘉从上世纪80年代早期开始接触家用机，和其他日本公司相同，世嘉将多款街机游戏移植到雅达利2600和ColecoVision上，一部分是亲自移植，另一部分是外包代工。在当时，雅达利2600的装机量最高，而ColecoVision则是性能最强的家用机。很多日本的街机名作都在ColecoVision上推出了移植版，其中不乏国内玩家耳熟能详的经典，如任天堂的《大金刚》《大力水手》《马里奥兄弟》，NAMCO的《吃豆人》《小蜜蜂》《打气》（Dig Dug）和KONAMI的《青蛙过河》《南极大冒险》《猪小弟》，世嘉也将《Turbo》等多款街机游戏移植到这台主机上。ColecoVision于1982年登场，只用了半年便在美国突破100万装机量，却时运不济，一年后就碰上了雅达利大崩溃


ColecoVision的手柄看上去更像是电话，当时很多美国游戏机都是这样，游戏缺乏操作优化，按键过多



ColecoVision版《大金刚》的画面强过雅达利2600等其他平台的大部分移植版，但逊于FC版



SG-1000的手柄去掉了ColecoVision那些类似电话的数字键，然而AB键分列左右，操作并不方便


FC参考了ColecoVision把两个手柄放在主机上的设计，手柄本身的结构显然比ColecoVision更合理



SG-1000 Ⅱ相较原版SG-1000改进了手柄和造型，白色的外壳漂亮前卫，充满科技感，手柄也更加合理



台湾产的“创造者50”主机，造型参考了SG-1000 Ⅱ，两个插槽分别兼容SG-1000和ColecoVision

导致的游戏界萧条，销量直线下跌，止步于200万。很多媒体相信，如果不是大环境过于糟糕，ColecoVision本应取得更大的成，世嘉于1983年推出的第一台家用机SG-1000几乎就是ColecoVision的翻版。当时的日本主机市场鱼龙混杂，多个厂家的十几种产品打成一团，每一种的份额都不高。SG-1000于1983年7月15日在日本首发，定价15000日元，比其他厂商3至5万日元的定价便宜太多，性能也远胜同类产品，具备很高的竞争力，然而，世嘉却碰上了任天堂。

FC与SG-1000的日版在同一天首发，定价为14800日元，区区200日元的差价不值一提，但FC的性能比SG-1000更强，手柄也更合理。SG-1000的手柄沿用了美系主机的传统，采用纵置造型，配一个老式摇杆和两个按钮，FC手柄则采用横置，配十字键和四个按钮，舒适度和功能性都胜过SG-1000。FC研发初期也是以ColecoVision为参照物，不过任天堂经过分析后改进了ColecoVision在设计上的缺点，并强化性能，而世嘉的SG-1000只是ColecoVision的翻版。FC登场后，其他厂商的十几种主机迅速溃败，很快退出市场，只有SG-1000坚持了下来，世嘉为其移植了不少街机作品，直到1987年才转向新主机。SG-1000的日版销量为35万，海外反响也很平淡。SG-1000日版发售一周年时，世嘉推出了SG-1000 Ⅱ，重新设计了外壳，并将手柄变为与FC相同的横置十字键造型。SG-1000 Ⅱ只能算SG-1000的改进版，二者的游戏是完全相同的，自然也没有引起多大波澜。

以今天的眼光来看，世嘉低估了家用机市场的潜力，没能捷足先登。但限于人力物力，主力员工都在利润率较高的街机部门，公司不重视家用机也很正常。任天堂的街机事业面临几大巨头夹击，并不如意，才选择主攻家用机。SG-1000无法与FC相提并论，不过这台主机对于世嘉而言只是无心插柳，并没有像任天堂那样把全社的身家性命系于其上，也没有造成财政损失。况且SG-1000在FC的炮火下依然顽强生存了4年，比其他公司那群看到任天堂便作鸟兽散的乌合之众好得多，让世嘉走上了主机发展之路，从这个角度看，SG-1000还算不上彻底失败。

1984年，美国依然处在雅达利引起的业界大萧条之中，游戏行业一蹶不振，大卫·罗森之前误判形势，选择扩张，大萧条降临后，大批订单取消，框体积压严重，给美国世嘉造成巨额损失。中山隼雄曾是埃斯科贸易的社长，这是一家街机批发公司，于1979年被世嘉收购，中山隼雄成为世嘉的副社长。此后的5年时间里，社长大卫·罗森负责美国业务，日本则交给副社长中山隼雄打理。1984年，美国世嘉摇摇欲坠，中山隼雄经朋友推荐，找到了日本经营企业信息系统的巨头CSK集团，希望CSK的创始人大川功挽救危局。经过详细考察后，大川功看到了世嘉的发展潜力，花百亿日元从派拉蒙收购股票，成为世嘉的最大股东，大川功担任董事会会长，中山隼雄担任社长，两年后美国世嘉重建，由大卫·罗森担任美国会长，然而此时的美国世嘉只是分部，总部设在日本，中山隼雄和大卫·罗森的主从关系发生反转。在1984年之前，日本世嘉算是美资企业，文件不用盖章但需签字，给高层的报告用英语书写，这些规章制度在世嘉成为CSK的子公司后发生了变化。

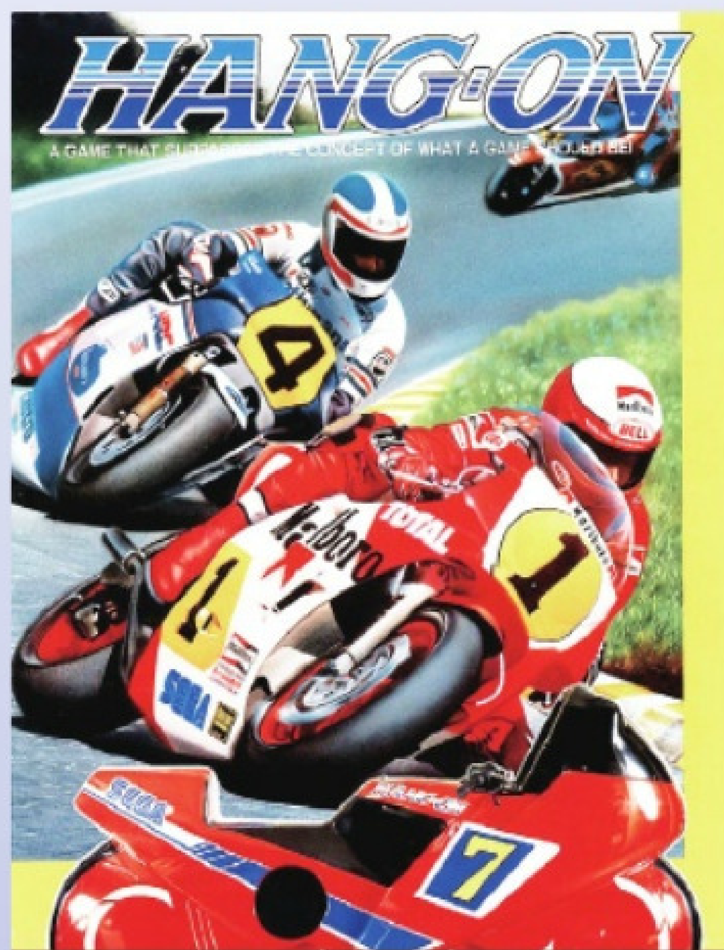
街机之神

1985年是街机业的转折点，日本政府为进一步规范娱乐市场秩序，修改了风俗营业条例，规定15岁以下的未成年人在18点后禁止进入街机厅，15至17岁的未成年人在22点后禁止进入街机厅，成年人在22点后可以继续游戏，但24

点必须闭店。这样的条例对于社会治安无可厚非，彻夜不归的玩家少了很多，然而街机厅的实际营业时间因此大幅缩短，业主需要新的增长点。时任研发部长的铃木久司是1962年进入世嘉的元老，从点唱机和老虎机干起，对过去的机械街机和机电街机十分熟悉。他认为，街机产品更新速度很快，如果跟风开发目前流行的东西，等到开发完毕时，流行的热潮可能就结束了。在新的类型出来之前，玩家其实并不知道自己想玩什么，世嘉要站在未来的角度考虑问题，通过技术的进步，提供玩家意想不到的乐趣。这一理念，正是公司社训“创造就是生命”的注脚。铃木久司曾出席美国AMOA街机展，参观了西方研制的体感框体样机，使用油压装置，耐久低下，用了几个小时就要维护一整天，缺乏实际价值。回到日本后，铃木久司决定使用摩托的造型研发大型体感框体，耐久和安全性被视为重中之重，新的框体必须具备长年累月的寿命，强度也要过关，就算让身形硕大的欧美人驾驶也不会损坏。至于体感框体最重要的传动装置，世嘉在机械街机和机电街机上积累的经验和资产帮了大忙，技术难题被一一攻克，质量和成本都令人满意，再加上多年来的机械生产线，量产框体也不成问题。

硬件要配合软件才能发挥作用，铃木久司听说街机部的铃木裕对摩托非常熟悉，故选择了他。铃木裕于1983年加入世嘉，处女作是1984年的《冠军拳击》，反响不错，很快接过此番重任。他认为，RAC最重要的是速度感和代入感，背景要着重强调纵深，给玩家扑面而来的感觉，握把、画面、传动装置这三者之间的响应延迟要尽量降低，否则滞后感会让玩家乐趣大减，为此他花了不少功夫调整细节。1985年7月，世界上首款全身式体感游戏《Hang-On》诞生，标题取自摩托术语“侧挂”，游戏风靡全球，铃木裕一举成名。体感游戏源于世嘉1976年的《重量拳击赛》，但与手部互动，《Hang-On》则延伸到全身。《Hang-On》改变了日本街机厅的经营理念，过去的业主大都选择紧凑的茶几式框体，在有限的空间内放下尽可能多的框体，室内采光很差，烟雾缭绕，一个个黑着眼圈的人低头紧盯屏幕，没日没夜地玩，对行业的社会声誉造成损害，普通人认为街机厅就是不良少年的聚集地。铃木裕对这种风气非常反感，他认为街机必须从见不得人的角落搬到富丽堂皇的店头，为此，他研制了大批图像华丽、充满气魄的大型框体。《Hang-On》推出后，立刻引起轰动，框体前围满了人群，就算是看别人玩，华丽的画面也充满了观赏性，街机厅的风气发生变化，铃木裕的作品为其注入了生机与活力。

铃木裕的作品始终追求最先进的技术，但他并非纯粹的技术狂人。他曾表示，技术好的游戏不一定能成功，作品的成败在于乐趣这种感性的东西，技术只是实现乐趣的工具，而非目的，打地鼠等传统机电街机本身具备一定的乐趣，虽然更先进的电子游戏大行其道，不过那些古朴的机电街机总有一席之地。外人看到铃木裕的履历，往往将



《Hang-On》的卖点在于全身式体感的摩托车框体，体感游戏这一概念本身就是世嘉在1976年发明的



《Hang-On》的赛道曲折多变，弯道非常多，设计成这样自然是为了充分凸显体感框体的乐趣



《打地鼠》是美国人于1976年发明的机电街机，虽然影响力比不过弹珠台和老虎机，但也算经久不衰


铃木裕痴迷于摩托车等机械，当上程序员后，他为了制作游戏钻研中华文化和功夫，可谓文武双全


典型的茶几式框体，多用于80年代早期游戏，高手一个币可以玩几个小时，但长期游戏对颈椎不好


索尼克与凯蒂猫合体的玩偶，在市面上没得卖，想要的话，只能去世嘉的主题公园玩UFO抓物机


《太空哈利》的敌兵设计令人难忘：体型硕大的长龙、独眼猛犸象、类似复活岛摩艾的石像……



《Outrun》的15条赛道和其分支，主角开着法拉利和金发丽人一起周游，名副其实的“香车美女”游戏

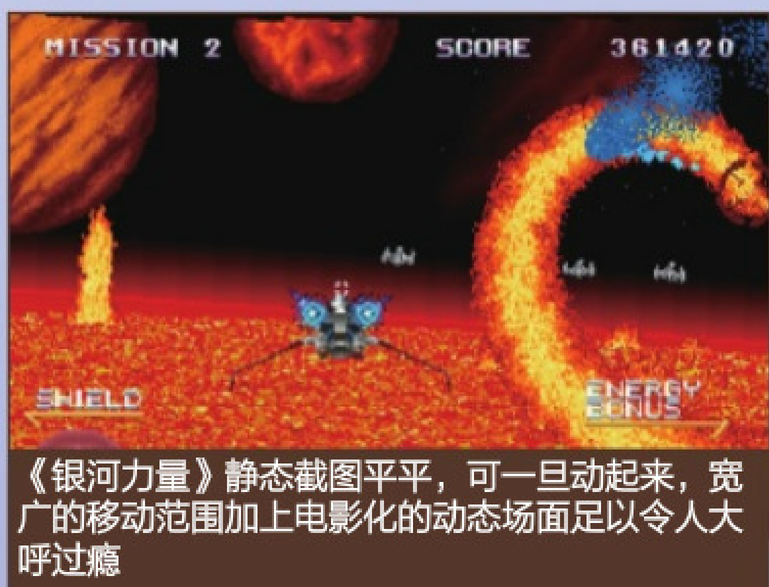

《壮志凌云》在全球掀起F-14热潮，KONAMI制作的FC游戏素质平平，好在还有世嘉的《冲破火网》

他误解为一个“非尖端大作不玩”的人，实际上铃木裕在闲暇时最喜欢玩的街机是打地鼠，他还经常与家人一起玩《噗哟噗哟》（与俄罗斯方块同属消除类游戏，在今天属于世嘉旗下的作品）。实际上，世嘉也从未放弃过对传统机电街机的研发。与《Hang-On》同年推出的UFO抓物机成为了公司的另一款拳头产品。抓物机诞生于上世纪60年代的日本，算不上新鲜事物，但世嘉经过一番改造，化腐朽为神奇。世嘉的UFO抓物机造型亮丽，奖品多为市面买不到的玩具，且成套推出，定期更换，很多顾客为了收集一整套玩具而不断投币。世嘉还与海内外各大厂商洽谈，推出授权玩具，除了米老鼠、史诺比、凯蒂猫等经典角色外，还包括各类热门动漫作品，保持着对顾客的吸引力。

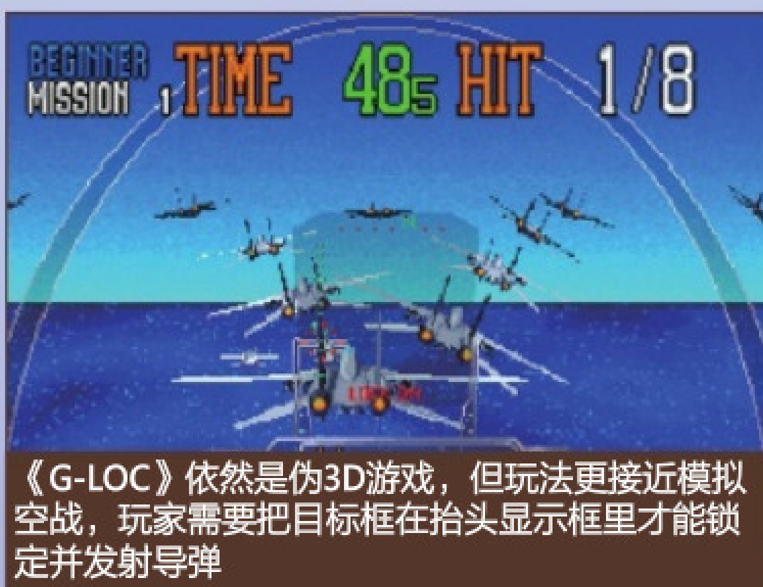
《Hang-On》带来的并非一颗孤立的音符，而是一篇华丽的乐章，铃木裕趁热打铁，在80年代中后期利用伪3D技术制作了一连串速度感惊人的新作，《太空哈利》《Outrun》《冲破火网》等名作接踵而至。这些作品的画面和玩法都比前人有所提升，《太空哈利》通过棋盘式的网格地面和扑面而来的结队敌人营造呼之欲出的感觉。《Outrun》继承了《Hang-On》的体感设计，车型从摩托变为法拉利，速度感大增，画面视野开阔，赛道风景秀丽，风格清新宜人。游戏的流程长度为5关，但每一关结束后可以自由选择左右分支，赛道共15条，场景多变，具备极高的重玩价值。《冲破火网》则是继《太空哈利》后的又一款STG力作，主角从身着喷射背包的宇宙人变成F-14战斗机，运动幅度更大，惯性也更大，玩家可以发射导弹击落那些机炮难以瞄准的目标，游戏的敌人密度比《太空哈利》多出数倍，必须活用两种武器才能保命。

这些名作的跟风游戏无数，连RPG豪门SQUARE都来凑热闹，推出模仿《太空哈利》的《3-D Worldrunner》和模仿《Outrun》的《Rad Racer》，对于坂口博信和植松伸夫等《最终幻想》的生父，这是一段不足为外人道的黑历史。然而，不论是哪一款模仿品，画面和玩法都比不过铃木裕的正品。在基板技术方面，世嘉总是走在最前沿，但铃木裕并非刻意追逐技术，在构思新作时他优先考虑的依然是游戏本身，当发现当前的基板无法满足新作要求时，他才会转移到新基板上。《Hang-On》和《太空哈利》为了表现高速的赛道，在基板上采用两块摩托68000处理器的豪华配置；《Outrun》将CPU的频率提升至125%，速度感进一步提升；而《冲破火网》使用的X基板又将同屏活动块能力翻倍，增加硬件缩放功能，用于处理海量的敌机、导弹、烟雾和爆炸碎片。

世嘉68000系基板的极致莫过于1988年推出的Y基板，它使用三颗摩托68000作为CPU，首发大作《银河力量》（Galaxy Force）的动态效果极为华丽，无限数量的导弹让玩家尽享战斗快感，虽然流程依然是固定轨道机制，但机体的移动范围非常广，给玩家充分的操作空间，没有束手束脚的感觉。三颗CPU的结合让《银河力量》的画面完全超越了时代，多年后的世嘉土星也没能完美移植这款游戏。Y基板的另一款名作是《G-LOC》，标题为空军专用术语，代表战斗机持续施展高G机动时，飞行员容易因脑部缺血导致的幻觉和黑视现象。《冲破火网》追求纯粹的爽快感，而《G-LOC》的玩法与现实空战更接近，游戏默认视角为第一人称，当敌机咬住玩家尾巴时，画面会无缝切换到第三人称，游戏的难度也比《冲破火网》更合理，本作由一个个



《银河力量》静态截图平平，可一旦动起来，宽广的移动范围加上电影化的动态场面足以令人大呼过瘾



《G-LOC》依然是伪3D游戏，但玩法更接近模拟空战，玩家需要把目标框在抬头显示框里才能锁定并发射导弹



R360是街机厅的明星，喜爱收藏街机的迈克尔杰克逊高价收了一台，作为他的镇宅之宝

任务组成，玩家需要在时限内击坠规定数量的敌机，才能继续推进，流程松弛有度。NAMCO三年后推出的街机游戏《空战》明显模仿了《G-LOC》，日后《空战》发展为《皇牌空战》，2004年PS2游戏《皇牌空战5》提供的街机模式中，依然可以明显看到《G-LOC》的影子。

《G-LOC》的普通框体于1990年推出，但令其载入史册的是2年后的R360框体。R360为"旋转360度"的缩写，顾名思义，玩家需要像真正的飞行员那样系好安全带，体验G力负荷下的逼真空战体验，被誉为体感框体的终极形态。面对如此复杂的设备，铃木裕将安全性视为重中之重，空间感较弱的人可以选择演示模式让电脑代飞，玩家若感到不适，可随时按下紧急制动按钮，框体会自动恢复到平飞状态，让玩家下机。世嘉的街机技术始终鹤立鸡群，当时其他厂商的一次游戏费用只要100日元，《Outrun》和《冲破火网》需要200日元，《银河力量》为300日元，R360版的《G-LOC》更是一口气涨到500日元。即使如此，为了体验超越时代的技术，玩家依然心甘情愿掏出腰包，框体前排队的长龙络绎不绝。在世嘉的领导下，街机并没有因为营业时间的缩短一蹶不振，反而进入了空前辉煌的新时代。

1985年，世嘉推出了SG-1000的后继机型Mark Ⅲ，并针对SG-1000的弱点进行强化，内存从1KB加到8KB，显卡也经过了强化，让Mark Ⅲ的性能胜过了FC。当时的FC只有RF端子，直到1993年才推出带有AV端子的新型FC，而1985年的Mark Ⅲ就已经配备AV端子，信号质量更佳。Mark Ⅲ的主力作品依然是各类街机移植作，非街机的原创品牌为数不多，其中最著名的是《梦幻之星》。游戏采用了类似《巫术》的主视角伪3D迷宫，怪物则具备丰富的动作，当时FC上的RPG以卷轴迷宫居多，战斗画面中的怪物只是一张固定不动的点绘，让《梦幻之星》的画面显得尤为突出。游戏的世界观则带有《星球大战》的风格，带有相当的科幻味道，同泛滥的中世纪RPG形成了鲜明对比。单纯论游戏素质，《梦幻之星》并不比同期的《勇者斗恶龙》或《最终幻想》差，媒体和玩家对本作都给予了极高评价，它没能大卖的原因仅仅是Mark Ⅲ的装机量不如FC而已。程序员中裕司在本作中声名鹊起，成为世嘉一员大将。《梦幻之星》解决了Mark Ⅲ没有RPG大作的问题，世嘉还面临着另一个问题。为了推广企业形象，公司需要一个像马里奥那样的知名吉祥物。之前世嘉的吉祥物是《幻想地带》的Opa-Opa，当时的STG多以宇宙或异形为主题，显得过于严肃。《幻想地带》一反常态，充满了鲜艳的色彩和幽默的敌人设计，风格老少咸宜。Opa-Opa作为《幻想地带》的主角，是一艘带有翅膀和四肢的飞船，然而世嘉想要一个露脸的人类角色，这样便于推广。

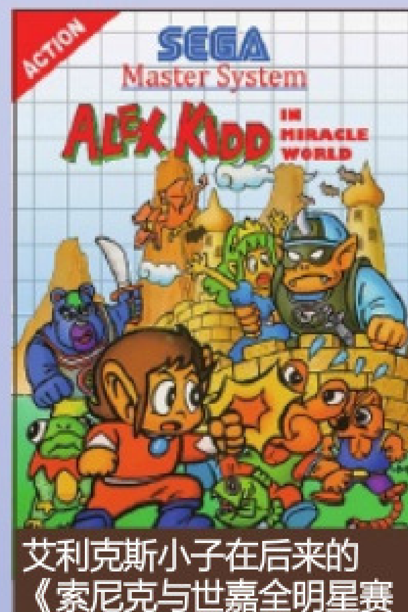
中裕司的上司林田浩太郎设计了一款名为《艾利克斯小子之奇迹世界》（Alex Kidd in Miracle World）的Mark Ⅲ新作，主角艾利克斯是一个造型类似孙悟空的孩子，擅长将拳头变大痛扁敌人，还可以收集金钱购买道具和载具，包括潜水艇和摩托车。游戏的素质不错，但无法和《超级马里奥兄弟》相提并论，再加上主角缺乏吸引眼球的地方，并没有引起波澜。此时的世嘉还错过了另一个缔造吉祥物的机会，Escape公司开发了一款名为《神奇小子》（Wonder Boy）的街机新作，并与世嘉签订独占协议，规定《神奇小子》这一标题和其相关角色只能在世嘉的街机和主机上出现。然而Escape很快又将游戏授权给HUDSON，因为HUDSON不能使用《神奇小子》的商标和形象，他们将主角改为著名员工高桥利幸，于是便有了FC的《高桥名人冒险岛》。其实在游戏内容方面，街机和Mark Ⅲ的《神奇小子》与FC的《冒险岛》区别很小，但《神奇小子》再一次吃了Mark Ⅲ装机量不足的亏，眼睁睁看着《冒险岛》在FC上突破百万销量。不过《神奇小子》与《冒险岛》只有第一作的内容是相同的，二者的续作走上了不同的发展之路，《冒险岛》作为《神奇小子》跌落的一颗果实，在HUDSON的培育下成长为另一棵树木，成为游戏史的一件趣谈。

Mark Ⅲ的美版SEGA Master System（简称SMS）于1986年推出美版，采用更前卫的新造型，一年后推出日版，并强化了音效。任天堂在美国早已站稳脚跟，SMS在美国的业绩平平，日本总部也并不关心这台主机，1988年，世嘉将SMS的美版代理权卖给了玩具公司Tonka，这家公司并不了解游戏界，经常出现放着大作不宣传跑去推销二线游戏的奇观，日本世嘉不关心美版的销量，但这样下去公司在美国的形象会遭到损害，Tonka的代理权于1990年被收回，后来世嘉又推出了很多值得一玩的游戏，然而此时美国的重心早就转移到MD上了。Mark Ⅲ和SMS在日本和美国的装机量为300万，远不及任天堂，欧版SMS与


Mark Ⅲ的造型和SG-1000 Ⅱ相差不大，但经过一番强化，它的性能比后者高出不少，已经胜过FC


在男性主角占绝对多数的1987年，《梦幻之星》选择阿莉莎公主作为主角，为RPG吹来一股清新之风


《幻想地带》与《太空哈利》共享世界观，敌人设计千奇百怪，《幻想地带》卡通味道更浓



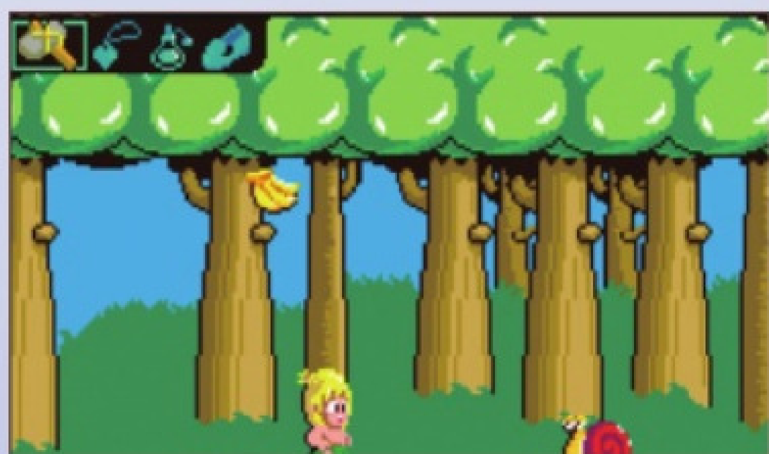
艾利克斯小子在后来的《索尼克与世嘉全明星赛车》等乱斗游戏中出现过，但知道来龙去脉的人并不多

美版同期推出，卖了近700万，而FC在欧洲也不过830万，二者打了个平手。SMS最辉煌的市场在巴西，当地法律规定进口电子产品需要缴纳100%的关税，巴西玩家的收入本来就不如发达国家，主机价格翻倍后更是难以承受，这就产生了独特的市场环境，巴西的主流机种往往比其他国家落后整整一代。1989年，世嘉将代理权授予巴西玩具公司Tectoy，此公司办事雷厉风行，绝非Tonka这种草包，直到今天依然保持着与世嘉的亲密合作。Tectoy在同一年将SMS和MD一起引进巴西，因为售价和收入问题，大部分玩家选择了SMS，90年代中后期MD才成为巴西主流。任天堂的巴西行货在1993年姗姗来迟，面对世嘉牢固的群众基础，已经无力回天，整个90年代，世嘉在巴西的市场占有率高达80%，Tectoy甚至专门为巴西SMS制作了其他地区没有的游戏，如《街头霸王Ⅱ》的移植版，直到今天在巴西的商场还能看到SMS。任天堂当年专注于美国和日本，而世嘉则早早开始了对其他地区的探索，并在欧洲和巴西获得了丰厚回报。Mark Ⅲ和SMS在全球的销量超过1300万，虽然无法与FC相提并论，不过已经取得小范围成功。

早年的港台玩家对于世嘉并不陌生，除了街机外，台湾的阿罗士（Aaronix）公司早在1986年代就开始销售SG-1000 Ⅱ和Mark Ⅲ，香港的王氏公司则在1987年引进了SMS行货。大陆的SMS行货在90年代与MD一起引进，出货量并不多，对于大陆行货，世嘉从一开始的重心就是MD而非SMS。韩国的Mark Ⅲ与SMS行货则先后交给OACS和三星两家公司，取得了一定业绩。日本世嘉对于8位主机并不热心，这些家用机产品没有获得总部的大笔宣传经费支持，处于放任自流状态，与任天堂铺天盖地的广告形成了鲜明对比，SMS在欧洲和巴西的成功只是无心插柳，但确实为家用机部门提供了资金和信心。

任天堂原本打算在上世纪80年代中后期推出新机种，然而FC始终高潮不退，导致继承者的计划一再推迟，这就为其他厂商提供了机会。1987年，日本IT巨头NEC推出了自己的主机PC-E，虽然它的CPU依然是8位，但显卡为16位，画面远胜FC。一年后，世嘉的16位主机MD在日本登场。MD全名Mega Drive，带有“强力引擎”的涵义。MD的手柄围绕人体工学设计，造型更圆润，握持感比FC和PC-E更舒适。PC-E的发色数优于MD，然而MD在活动块、卷轴等其他方面均胜过PC-E，不过MD早期在日本的战略并不成功，PC-E有HUDSON和NAMCO撑腰，而MD只有世嘉自己的街机移植游戏。MD的首款第三方游戏是1989年7月的《闪电出击Ⅱ》（Thunder Force Ⅱ），这个系列此后成为了世嘉主机的常客，1992年的《闪电出击Ⅳ》是MD的独占作品，被誉为MD的最强横版STG。开发商Technosoft在1989年还推出了标新立异的《Herzog Zwei》，玩家操纵一架变形战机，一边与敌人战斗，一边控制主基地生产单位、调遣部队，占领据点，除了遭遇战外，还可以分屏对战，是RTS萌芽期的名作，历史地位显赫。

第二个加盟MD的公司是CAPCOM，早期MD的CAPCOM游戏均由世嘉负责移植，CAPCOM仅提供授权和源代码。好在CAPCOM的主力基板CPS1与MD的设计十分接近，移植并不困难。《大魔界村》于1989年8月在MD上率先发售，一年后才推出PC-E版。MD版的画面比PC-E版更好，接关次数无限，还可以通过秘籍实现选关、减慢游戏速度、无敌等功能，都是PC-E版没有的特性，对于这样一款难度极高的作品而言，秘籍的意义重大。11月推出的MD版《失落世界》同样出色，PC-E版晚了一年半，并且不能双打，又一次败下阵来。1990年9月的MD版《出击飞龙》再次获得满堂彩，PC-E版由CAPCOM亲自负责移植，晚了足足4年，NEC向CAPCOM施加了极大压力，要求PC-E版的素质超过MD版，导致CAPCOM的程序员精神崩溃自杀未遂，不幸住院，而PC-E版的素质最终依然逊于MD版。有了CAPCOM授权的这三款杰作，再加上自家的街机移植游


Escape的街机版原作《神奇小子》，把主角的金发换成帽子，树叶变成短裤，就变成了《高桥名人冒险岛》


SMS采用漂亮的红黑配色，外观比同在美国的NES更漂亮，世嘉的主机设计越来越华丽


左为Tectoy总裁斯蒂法诺安候德、中间为美国世嘉会长大卫罗森、右为日本世嘉总部高层


PC-E的本体非常小巧，但后来NEC推出了大量强化周边，让主机以“合体金刚”的形式越变越大



MD与SMS都采用通用的9针串口，可以和雅达利2600或ColecoVision等互换手柄，对美国玩家很有用


作为MD初期作品，《Herzog Zwei》的画面并不华丽，但玩法独特，近年的《AirMech》是其精神继承者

戏，MD基本兑现了社长中山隼雄的口号："将街机搬回家"，在核心玩家群中树立了威信。

虽然在日本，PC-E的销量略高于MD，但世嘉已经将目光投向海外。Mega Drive的商标在美国已经被注册，世嘉为美版MD选择了新名称Genesis，取自圣经中的创世纪，带有开创16位机时代的涵义。NEC则为了突出PC-E超越FC、SMS等8位机的性能，将美版的名称变为TurboGrafx-16，然而换个名字并不能改变什么，PC-E在日本与MD纠缠，靠的是众多RPG，欧美人更喜欢街机风格的ACT和STG，这方面世嘉占有优势。PC-E在欧美首发后瞬间被MD斩于马下，从此NEC的主机只能龟缩在日本找找安慰。PC-E的全球累计销量为1000万，与SMS处于同一级别，无法和MD相提并论。当然，世嘉并没有因为轻取NEC而意得志满，MD一直将任天堂视为真正的对手。

MD美版发售一个月前，美国世嘉会长大卫·罗森亲自选择迈克尔·卡兹（Michael Katz）担任总裁。卡兹制定了一个响亮的口号："世嘉能做任天堂所不能！"（Genesis does what Nintendon't！），重点宣传MD远超FC的高性能，以及街机风格的华丽爽快体验。铃木裕的《太空哈利Ⅱ》和《超级Hang-On》在美国的街机厅就是吃币王，MD版自然引起关注。CAPCOM授权的街机移植名作也让美国人大为满意，MD版《出击飞龙》被当时发行量最高的权威杂志《EGM》评为"年度最佳画面"和"年度最佳游戏"。卡兹还提议与美国知名的品牌和人物合作，打造符合欧美玩家口味的新作。1990年末的《米老鼠魔幻城堡》是MD早期的名作，之前迪士尼授权过一些游戏，但除了CAPCOM的《唐老鸭俱乐部》，其他作品都非常平庸，没有引起注意。《米老鼠魔幻城堡》以细腻的画面、丰富的场景和奇想天开的关卡设计带给玩家一个华丽的魔幻世界，获得一致好评。世嘉趁热打铁，于1991年推出《唐老鸭寻宝记》（QuackShot），诙谐幽默的风格再次迎来好评。1992年的《米老鼠与唐老鸭魔幻世界》画面更为细腻，支持双打。除了MD这三款作品外，世嘉还在SMS上推出了几款素质不错的迪士尼游戏。此外，CAPCOM的名作《米老鼠马戏团》也推出了MD版，同样支持双打。

1988年，迈克尔·杰克逊来到日本巡回演出时，曾拜访世嘉总部，并对社长中山隼雄表示自己非常喜欢世嘉的游戏，中山抓住这个机会，提议开发以杰克逊为主角的游


《失落的世界》在国内的知名度不高，借鉴它的《最终任务》被国人称作《空中魂斗罗》，但素质不如前人


《出击飞龙》的设计天马行空又似幻似真，今年还推出了新作，但玩法更偏向探索而非传统闯关



《米老鼠魔幻城堡》去年曾推出复刻版，关卡在保留神髓的前提下全部重做，画面也相当华丽



《唐老鸭寻宝记》的武器居然是皮搋子发射器，令人捧腹，游戏充满了这种诙谐幽默的设计



《米老鼠与唐老鸭魔幻世界》是两位迪士尼当家在游戏界的首次合作，之前两巨头各玩各的，从不聚首

戏，对方欣然接受。世嘉以电影《月球漫步》为主题，在街机和MD上推出了两款不同的游戏，前者偏向射击，后者偏向动作。两款游戏都还原了杰克逊的音乐和舞步，他的宠物黑猩猩“泡泡”也在游戏中登场，变身机器人的创意则还原了电影的剧情。就可玩性而言，街机和MD的两款《月球漫步》算不上一流大作，但二者绝非骗一笔就走的敷衍产物，对杰克逊舞台演出的高度还原使其具备独特的乐趣。杰克逊本人也在MD的电视广告中登场，在今后的十年时间里，他与世嘉展开了多次合作。

迈克尔·卡兹让美国世嘉转入战略进攻，FC在美国的装机量比日本还高，但卡兹凭借MD性能优势，加上针对性的宣传和游戏，瞬间攻破FC牢固的海岸防御，成功登陆，并迅速建立起自己的滩头阵地。任天堂很快发现，在日本销量平平的MD到了美国却大受欢迎，如果坐视不管，美国的FC用户都会变成MD玩家。任天堂加快了拖延多年的16位机计划，SFC于1990年11月在日本首发，供不应求，MD日版翻身无望，PC-E则被打回原形。轻松平定日本市场后，任天堂加快了美国的行销计划。美版机赠送首发大作《超级马里奥世界》，任天堂还投入了数千万的宣传费用，广告词定为“任天堂绝非世嘉可比”（Nintendo is what Genesis isn′t），与卡兹的那句名言针锋相对，意图将MD除之后快。之前中山隼雄等高层并不重视主机部门，SMS只能采取迂回战略，在欧洲和巴西等任天堂控制力较弱的地区获得成功，美国的成绩则不值一提，双方缺乏真正的较量。但世嘉对MD极为重视，投入巨大的人力物力，一举攻入北美这块任天堂最大的腹地，与SFC正面对决只是时间问题，世嘉自己对此也非常清楚，游戏史上第一次真正意义上的主机大战全面爆发！



《月球漫步》的两个游戏灵感基本源于同名电影片段，连杰克逊变身机器人的奇特创意都保留了





“世嘉能做任天堂所不能！”系列广告的宣传，这一期推销《月球漫步》，世嘉取得迈克尔·杰克逊本人的支持

正面对决

SFC比MD晚来了2年，在绝大部分参数上都高于MD，包括色彩、特效和音效，面对这场看似毫无胜算的战争，世嘉却充分发挥才智，尽量回避劣势，凸显优势。MD的色彩不如SFC，不过只要美工出色，依然能做出像样的画面。音效确实逊于SFC，但MD的音源风格处理电子摇滚乐时的表现比SFC更好。特效方面，SFC硬件支持缩放和旋转，MD用软件实现的算法较慢，然而，开发者也可以通过连续显示不同尺寸的点阵图模拟缩放和旋转，用在角色上，效果甚至比SFC充满马赛克的Mode 7更好，缺点在于需要占用较多的存储空间，然而对于日益渐长的卡带容量，多占的这点地方还算不上致命问题。想要和任天堂正面对抗，不能光靠米老鼠这种外来的授权角色，世嘉需要一个属于自己的偶像，一个在游戏界与马里奥并驾齐驱的天皇巨星，之前的Opa-Opa和艾利克斯小子显然难当重任。1990年1月，中山隼雄下令，倾全社之力，召集世界各地的工作室，设计一个可以抗衡马里奥的角色，用于狙击美版SFC的


SFC美版SNES的造型，比日本的SFC原版逊色许多，外壳尤其失败，时间一长很容易变成难看的黄褐色


中裕司曾用闲暇时间做了一个用MD运行FC游戏的软件，成为最早的家用机模拟器，可惜因版权问题未能发布


除了刺猬，大岛直人还设计过一个类似西奥多罗斯福的大胡子，在评选中排名第二，后来成为大反派蛋头博士

首发。

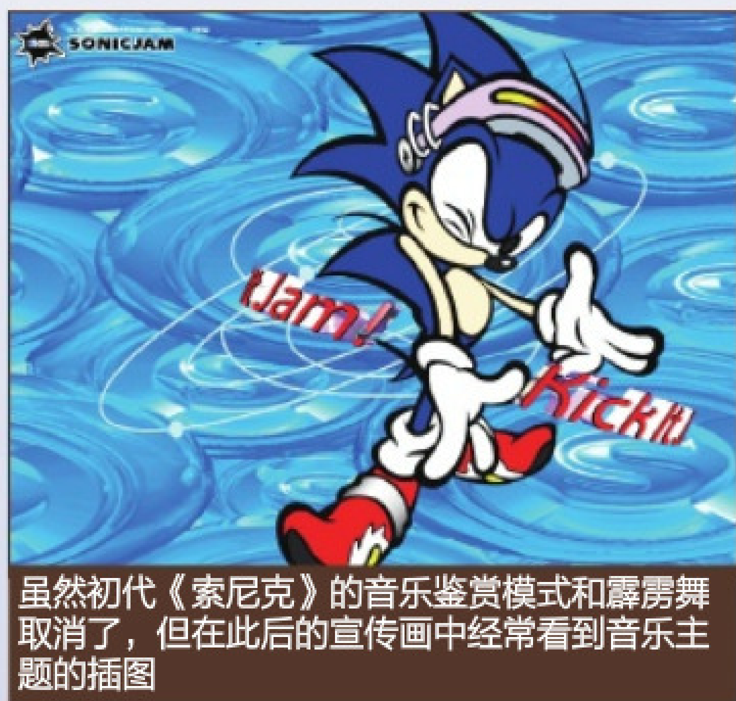
日本总部的程序员中裕司刚刚完成MD版《大魔界村》的移植工作，他响应号召，制作一个画面原始但构思有趣的Demo，画面中操作的像素块贴着过山车一样的轨道翻滚。中裕司找到策划安原弘和与美术大岛直人，一起完善这个计划。《马里奥》使用A键跳跃，B键负责发射火球或加速奔跑，中裕司希望采用更加简洁的操作方式，只一个A键加上方向键就能操作，这样一来主角就无法发射火球，只能跳跃。安原弘和认为单纯的跳跃并不具备攻击力，他提议让主角在跳跃时缩成一个球攻击敌人，大岛直人以此为标准设计形象，他想到了刺猬。经过几轮选拔，大岛直人的刺猬成为了优胜者，制作组开始完善角色的细节，蓝色源自世嘉商标，跑鞋则是为了体现速度感，鞋子红白相间的颜色参考了迈克尔·杰克逊专辑《Bad》的封面，按照设定，这只刺猬奔跑速度超过音速（Supersonic Speed），故被命名为索尼克（Sonic）。虽然中裕司、安原弘和和大岛直人是一流的程序、策划、美术，但本作还缺一个优秀的音乐作者，世嘉找到当时如日中天的流行乐队“美梦成真”（Dreams Come True），邀请贝司手中村正人为游戏配乐。当时本作的开发进度还很低，关卡没有完成，只有简单的美工素材，中村通过这些素材与制作组沟通，想像完成后的关卡面貌，用制作电影配乐的端正态度，谱写契合关卡的游戏配乐。世嘉对中村的配乐非常满意，中裕司原本打算在游戏中添加一个音乐鉴赏模式，让索尼克随着节奏跳起模仿迈克尔·杰克逊的霹雳舞，因为赶工未能实现，多出来的容量用于片头语音，《索尼克》是MD上第一款在开机时用清晰语音高呼“SE~GA~！”的游戏，这段语音成为了16位时代世嘉的象征。

1990年11月，美梦成真乐队进行全国第二轮巡回演出，在他们的巴士上赫然涂着索尼克的画像，当时的观众还不知道这只刺猬是何方神圣，议论纷纷。世嘉内部将索尼克的秘密一直留到1991年1月的CES（电子消费展），当时还没有E3和TGS，CES就是最大的游戏展会。任天堂早就确定会在CES上展出美版SFC和首发游戏，对于世嘉而言，这也是暴风雨的一场前奏。美国世嘉市场部负责人阿尔·尼尔森（Al Nilsen）安排CES的展出，尼尔森知道任天堂的宣传费用比世嘉更多，硬拼没有胜算，必须智取。任天堂率先召开美版SFC的发布会，随后CES正式开幕，一名记者询问尼尔森：“SFC同屏可以显示256色，MD只有64色，你们怎么办？”，尼尔森没有直接回应，而是把记者带到展台前，大屏幕上同时播放着SFC版《超级马里奥世界》和MD版《索尼克》的视频，尼尔森反问：“你认为哪一款游戏更鲜艳？有多少颜色并不是最重要的，关键在于如何发挥”，记者拜服。展会的试玩机人流攒动，证明了索尼克



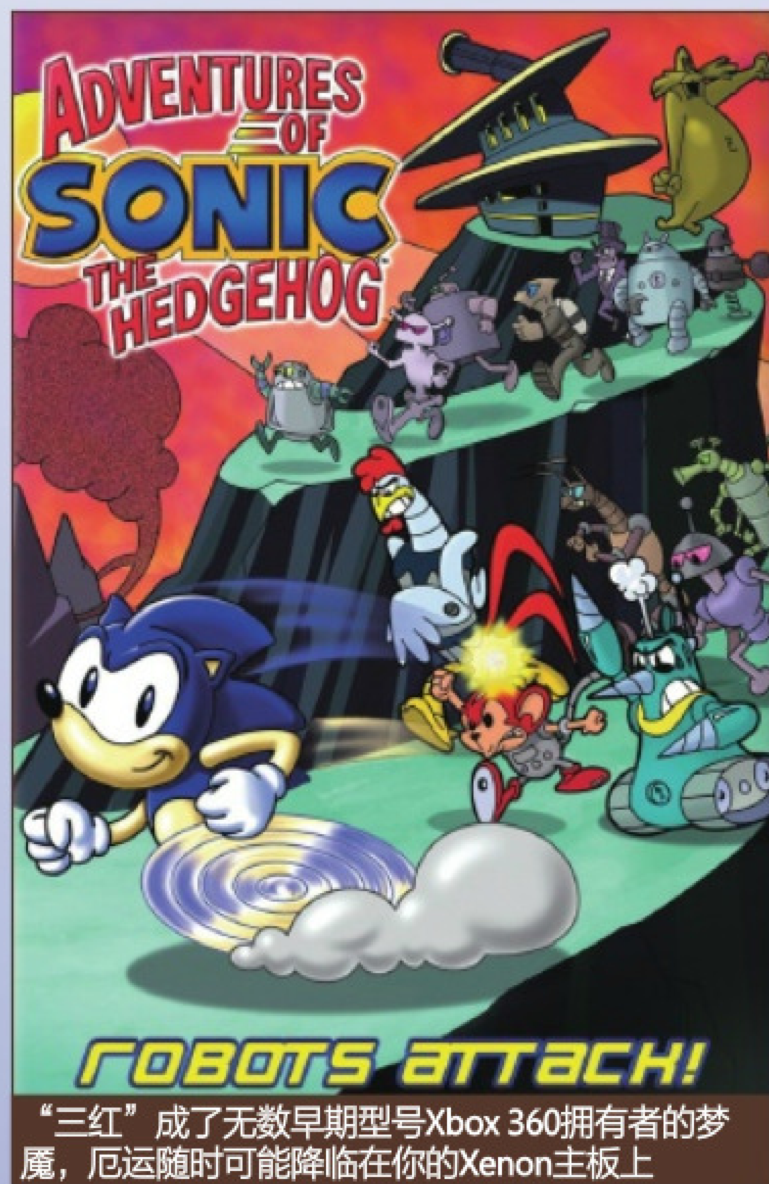
《索尼克》的日版封面，下方小字写着“珍惜光阴，力争朝夕，方能无悔”的谚语，后来的几款续作也有谚语


美梦成真组合的贝司手中村正人与主唱吉田美和，前者为《索尼克》和《索尼克2》贡献了精彩配乐



虽然初代《索尼克》的音乐鉴赏模式和霹雳舞取消了，但在此后的宣传画中经常看到音乐主题的插图


卡林斯克行事果断、伶牙俐齿、仪表堂堂，有了这样一位天才相助，MD和《索尼克》如虎添翼



“三红”成了无数早期型号Xbox 360拥有者的梦魇，厄运随时可能降临在你的Xenon主板上



43 初版Xbox 360的Xenon主板，散热相当地不靠谱



44代号Opus的第一款65nm GPU主板，只在三红主机的维修中使用，和后来发售的单65型号Falcon主板并不相同

的强大潜力。

虽然美国分部的总裁迈克尔·卡兹成绩不错，但未能达到日本总部"半年美版破百万"的要求，中山隼雄在CES结束后撤掉了卡兹，换上汤姆·卡林斯克（Tom Kalinske）。卡林斯克是一名真正的商业天才，被世嘉迷尊称为"美国武士""强人"，之前他在美泰让芭比娃娃的业绩从每年4200万美元飙升到10亿，预知到游戏市场大崩溃的他通过提前划分独立主机公司减少了美泰的巨额损失，他还全权负责《希曼》的动画和周边，大获成功。卡林斯克上任后立刻面临与SFC的正面决战，他在日本总部的董事会上提议，将MD的售价降到149美元，比199美元的SFC更便宜，同捆游戏从《兽王记》变为《索尼克》。中山隼雄的脸都白了，他拍案而起："MD的硬件赚不到大钱，靠软件盈利，为什么还要把最好的作品白白送人！"，随后一脚踢翻椅子，拂袖而去。卡林斯克当时以为自己要被炒，没想到中山很快走了回来，并说："我雇你就是为了收拾任天堂，如果你认为这是必须做的，那就放手去做吧！"

卡林斯克的理论是主机业的标准思维，先卖出更多的硬件，扩展装机量，再通过丰富的软件盈利。世嘉将《索尼克》的发售日定在1991年6月23日，正好是美版SFC首发的两个月前。任天堂社长山内溥不把MD放在眼里，却惊讶地发现，SFC登陆美国后，MD并没有一蹶不振，反而凭借《索尼克》持续热卖，圣诞期间的销量更是达到了SFC的两倍。1991年结束时，MD在美国掌握着65%的16位机市场，这是自1985年FC登陆美国后，任天堂第一次失去霸主地位，在此后的三年，世嘉一直保持着优势。在游戏之外，世嘉也和任天堂处处较劲，《超级马里奥》和《塞尔达传说》的TV动画粗糙又无聊，饱受诟病，世嘉则推出了大受欢迎的《索尼克历险记》。这部动画没有复杂的剧情，是纯粹的活宝搞笑片。当时ABC电视台因其过于疯癫而拒绝播放，世嘉为其制作了另一部TV版《索尼克》，大陆电视台将标题译为《索尼克外传》。这一作风格偏向黑暗成熟，与上一部截然相反，塑造了一个类似《星球大战》的庞大世界观，并引入大量原创角色，衍生出的Archie公司漫画版一直连载到今天，走过了二十余年。世嘉还赞助了F1大奖赛和日本职业棒球联赛，将蓝色刺猬的头像印在车体和队服上，并授权各类玩具和视频，与可口可乐和麦当劳进行全美联合促销，麦当劳首批赠送的4000万玩具在一个月内便被发放一空。根据美国媒体的调查，在1993年，索尼克在美国的知名度已经超过了米老鼠。

开发初代《索尼克》的十几名员工在游戏中自称Sonic Team，这一团队在游戏发售后功勋卓著，但也和同事及上司产生了一些摩擦。此后Sonic Team兵分两路，以大岛直人为首的团队留守日本总部，另一伙人则跟随中欲司和安原弘和来到刚刚成立的STI（世嘉技术学院），这是一所位于美国的新分部，除了开发游戏外还致力于培养新人，充



为了对抗马里奥的弟弟路易，《索尼克2》引入狐狸特尔斯，两条尾巴可以像直升机那样起飞，人气远超路易



《索尼克》游戏邀请职业音乐人作曲成为了系列传统，继前两作的中村正人后，第三作又找到了杰克逊



此专辑录制于1982年，但2009年才发售，布莱德巴克的一首《Hard Times》和游戏配乐完全相同，成为决定性证据



《战斧》的世界观明显参考了《野蛮人柯南》，漫画版很经典，电影版则是阿诺德·斯瓦辛格的早期知名作



初代《超级忍》最有名的是蝙蝠侠、哥斯拉等角色作为BOSS出场，不过再版时这些BOSS改头换面了



除了MD的三款作品外，《光明力量》还在世嘉的掌机GG上推出了两部外传，并在Mega CD上得到复刻


《索尼克与纳克尔斯》联动系统别出心裁，后来的《真·三国无双》《质量效应》等系列都能看到它的影子



欧洲世嘉的广告，马路上横躺着一只被车轮碾过的刺猬，旁边用讽刺的语气写着“显然没有索尼克跑得快”



视频开头伪装成耐克的广告，随后变为《街头霸王Ⅱ》的三位猛男，骷髅则是“世嘉海盗电视台”的图标

满创意，风气开明。《索尼克2》由来自日本的Sonic Team成员和STI的美国人联合开发，游戏获得满堂彩，双方的合作却不顺利，《索尼克3》的制作组又变回日本人主导，STI只参与了一些辅助工作。迈克尔·杰克逊和他的团队最初打算为《索尼克3》制作全部配乐，但杰克逊本人对于MD的音效不满，无法完美还原他演奏的效果（实际上对于杰克逊这种完美主义者而言，SFC一样达不到他的要求，只有CD音轨才能达到，然而世嘉此时已经不再推广Mega CD），决定不留名，布莱德·巴克（Brad Buxer）等其他乐队成员依然在游戏中署名。

杰克逊和《索尼克3》的关系是二十年来议论纷纷的一桩悬案，通过近年刚刚出炉的证据，杰克逊和其团队的曲目保留到了MD版的成品中，布莱德·巴克确认，杰克逊本人也参与了制作，如结尾曲，部分片段后来被沿用到《莫斯科的陌生人》中。原计划中的《索尼克3》是一款非常庞大的作品，随着开发推进，制作组发现，如果把全部内容放进一张卡带里，ROM的容量会超过34Mbit，成本偏高，制作组决定人将游戏分为两部连载推出，《索尼克与纳克尔斯》就是游戏的下半部。本作采用了独特的联动系统，与《索尼克3》和《索尼克2》串联就可以在这两部游戏中操作新主角纳克尔斯。纳克尔斯的能力比索尼克更全面，可以滑翔和攀岩，制作组对3代和2代的关卡进行了一些修改，保持游戏难度。

日本制作者也贡献了诸多名作，内田诚的处女作《兽王记》虽然系统不成熟，但图像华丽且充满想像力，从街机移植到MD后成为了早期的同捆游戏，《战斧》更在街机和MD两个领域平行发展，分别推出诸多续作。同期涌现的另一位名将大场规胜则是主机部门的新星，1987年的街机版《Shinobi忍》是一款类似《魂斗罗》的STG，素质平平。大场规胜在MD上将其进化为《超级忍》，引入标志性的二段跳、八双手里剑和忍术，并限制手里剑数量，使游戏的风格发生极大变化，古代祐三的配乐也为人称道。续作《超级忍Ⅱ》更上一层楼，增加了疾行、冲刺斩、攀岩、飞踢等动作，节奏大幅加快，配上丰富的关卡设计，至今仍被很多人誉为2D忍者游戏的最高杰作。大场规胜的另一个得意品牌是《怒之铁拳》，和诞生于街机的《战斧》不同，这是一个为主机打造的新系列，成了清版打斗在MD上的标杆。MD的RPG阵容逊于SFC，不过世嘉也扶持了一些名作，如高桥兄弟（高桥宏之、高桥秀五，前者曾参与《勇者斗恶龙》的开发）模仿《巫术》制作的RPG《光明与黑暗》，以及两部SRPG《光明力量》。Masaya制作组的SRPG《梦幻模拟战》也发源自MD，成为世嘉主机的常客。世嘉本社的招牌RPG《梦幻之星》在MD上推出了三款正统续作，除了3代不尽如人意之外，2代和4代的素质都很高。

为了直观宣传MD比SFC多出一倍的CPU频率对于高速游戏的优势，美国世嘉总裁卡林斯克发明了一个形象的词汇“爆裂处理”（Blast Processing），电视广告将MD比作F1赛车，SFC则是慢悠悠的老爷车，在结尾，F1车手摘下头盔，高呼“SEGA！”，这是广告公司提出的创意，他们认为应该在广告中像《索尼克》游戏那样喊出世嘉的名字，给观众留下深刻印象。卡林斯克觉得这个创意不错，欣然采纳，并推出一系列宣传“爆裂处理”的广告，通过各种夸张而幽默的创意，引出MD众多快节奏大作令人眼花缭乱的剪辑，并在结尾高呼“SEGA！”，这一系列经典视频被统称为“世嘉狂呼”，至今仍被人津津乐道。欧洲世嘉的创意丝毫不逊于美国，欧洲的宣传活动名为“世嘉海盗电视台”，开头先伪装成化妆品、球鞋等平淡无奇的广告，几秒后模仿信号被干扰的效果，屏幕上出现标志性的骷髅头，宣称电视台已被海盗黑掉，强行插入游戏广告，让英国著名演员史蒂夫·唐纳以无厘头的形式推销各种作品。视频经常恶搞《疯狂的麦克斯》《银翼杀手》《人猿星球》等经典影片，风格轻松幽默，但场面恢宏大气。最著名的一次是致敬《现代启示录》，制作组真的跑到湄公河耗巨资拍摄外景，主角进入失落的神庙，却发现王座上的霸者不是马龙·白兰度饰演的卡兹上校，而是一台MD。“世嘉狂呼”和“世嘉海盗电视台”的惊人创意足以让今天那些乏味的游戏广告无地自容，二者为了保持新鲜感，每隔几个月就会更换一大批广告，就算是对于不玩游戏的人而言，观看这些剪辑华丽、音乐火暴、剧情幽默的短片，也是一种乐趣。

随着SFC与MD的竞争白热化，双方开始在跨平台游戏上角力，最著名的作品莫过于《街头霸王Ⅱ》。SFC买走了8人版的独占权，但CAPCOM一年后就在MD上推出了12人初版《Dash》，世嘉还为此推出了六键手柄。更有趣的是，任天堂的第二份独占合同规定，12人改进版《Turbo》由SFC独占，然而MD版《Dash》实际上包含了《Turbo》的内容，只是标题依然叫《Dash》而非《Turbo》，合同对这种漏洞并没有规定，让独占协议成了废纸一张。MD版只比SFC版晚了两个月，二者内容基本相同，双方再次回到同一起跑线。至于《超级街头霸王Ⅱ》，任天堂干脆没有购

买独占权，SFC和MD版同期推出，移植态度都非常认真。另一款风口浪尖上的FTG是美国产的《致命格斗》，SFC版去掉了血腥效果，但MD可以通过秘籍还原街机版的真面目，自然比SFC版更受欢迎。不爽的任天堂怂恿政客抨击MD，将世嘉污蔑为洪水猛兽，没想到此事一路闹到白宫，联邦甚至打算出台制裁整个游戏界的条例，行业内人人自危，任天堂也给自己惹了一身腥。官方分级制度ESRB的出台最终为这场风波画上了句号，搞笑的是，标上M评级（17岁）后，SFC版《致命格斗Ⅱ》也是血腥无比，任天堂当初献给政客的无条件封杀暴力游戏倡议，不过是攻击世嘉的手段，他们自然想不到，在美国的政客眼中，《马里奥》和《塞尔达》也属于暴力游戏。

MD最强的第三方当属KONAMI和财宝（Treasure），KONAMI曾是8位机的第三方霸主，最擅长ACT和STG，16位主机上，KONAMI只为SFC推出过一款RPG，在日本并不吃香，MD在欧美的庞大装机量吸引其加盟。KONAMI在16位机的风云离不开两个名字：中里伸野和菅波秀幸，二人是SFC上《魂斗罗Ⅲ》的制作骨干，前者为监督，后者为主程。中里伸野在MD上推出了名作《火箭骑士大冒险》，本作堪称中里对索尼克的回应，主角为一名装备喷射背包的负鼠，通过为背包蓄力实现飞行能力，碰到障碍物时还会根据惯性反弹，玩家可以借助连续反弹爬到一些普通跳跃够不到的地点。《火箭骑士大冒险》在SFC和MD上推出了两款不同的续作，可惜两部游戏都没有中里的参与，狗尾续貂。1992年，FC版《外星战将》的监督前川正人带着整个班子脱离KONAMI，成立新公司财宝，菅波秀幸也随他而去。前川成立新公司的理由是“厌倦了在KONAMI不断开发续作的日子”，财宝制作的游戏则以不留后手著称，大部分作品都代表着他们在当时的能达到的最高水平，不会为续作刻意保留创意和内容。

财宝靠处女作《火枪英雄》一鸣惊人，16种武器组合、三种近战动作和华丽的变形BOSS让人目不暇接，菅波秀幸来到财宝后，通过本作把《魂斗罗Ⅲ》的精髓发扬光大，留在KONAMI的中里伸野感到极大压力。作为回应，中里再度集结精兵，在MD上推出石破天惊的《魂斗罗——铁血兵团》。游戏没有武器组合，但枪械总数同样达到了16种，4名主角的性能截然不同，再加上繁多的分支、精彩的剧情和6个不同的结局，耐玩度极高，KONAMI与财宝的良性竞争为MD带来了两款不朽杰作，这是一场没有败者的较量，胜者则是广大MD玩家。

此后KONAMI淡出了传统的ACT和STG，在32位时代凭借《潜龙谍影》《寂静岭》《胜利十一人》重新焕发光彩，然而这时的KONAMI已经不是那个用《魂斗罗》打天下的公司了。从KONAMI脱离的财宝延续了老四强的硬派精神，成为老玩家的精神寄托。财宝在MD上用3年时间推出了6款游戏，款款经典，被誉为MD的神话，其中的《幽游白书：魔强统一战》脍炙人口，是MD最强的对战游戏之一。财宝与世嘉之间惺惺相惜已经超越了普通的商业关系，二者人员相互流动，有财宝员工为了参与更大的项目跳槽到世嘉，也有世嘉员工为了更自由的风气跳槽到财宝，这样的关系一直延续到今天。世嘉退出主机市场后，财宝转投任天堂，不过依然保持着与世嘉的合作。至



MD版《Dash》的封面，副标题特意写着“特别版”，这个“特别之处”便在于它包含了《Turbo》的内容


《致命格斗》里随便戳两下对手，屏幕就血花四溅，SFC版的血变了颜色，MD通过秘籍可以还原街机版效果


《火箭骑士大冒险》并没有模仿《索尼克》，喷射背包系统使其具备自己的特色和独到的爽快感



《腐尸之屋》主角的形象明显模仿了《黑色星期五》的面具狂魔杰森，不过他本性为善，只因求生而战



《火枪英雄》的主角与敌人接触并不会受伤，还可以发动近战，这一设定被《合金弹头》等后来者广泛采纳



发现《火枪英雄》人设简朴的KONAMI立刻请来著名动画师梅津泰臣负责《铁血兵团》的角色设计



《恶魔城——血族》的场景复杂而多变，横跨整个欧洲大陆，囊括了比萨斜塔、凡尔赛宫等名胜景观

于索尼平台，除了《宇宙巡航机V》给老东家KONAMI赏个面子，其他都是敷衍之作。财宝与索尼的不合并非商业纠纷，而是理念问题，财宝崇尚2D时代热血纯粹的制作理念，与索尼提倡的影音概念背道而驰。虽然财宝只是第三方，但从MD开始，每一台世嘉主机都由财宝站好最后一班岗，在世嘉迷心中，这家30人的小公司拥有无上的地位。

SFC的全球销量为4910万，MD则不低于4000万，算上后来的Mega CD和32X等周边销量，双方可谓平起平坐，共同为2D时代的玩家带来了最美好的回忆。世嘉突破铜墙铁壁，成为第一个在主机领域动摇任天堂霸权的公司。然而，随后的一系列失误，却让世嘉把称王称霸的机会拱手让给索尼，留给世人一声叹息。

行星计划

MD在美国获得成功后，社长中山隼雄启动了行星计划，试图推出不同的硬件产品满足不同用户的需求。第一款硬件是带背光的彩色掌机GG（Game Gear），代号水星。GG的规格与SMS基本相同，通过转接卡可兼容SMS的游戏，在任天堂的无背光黑白掌机GB（Game Boy）发售一年后面世。相较之下，GG自然比GB更大更沉更耗电，然而，这并不是GG失败的唯一理由，后来比GBC更省电的NGPC和WSC销量尚不如GG。任天堂能够成为掌机霸主，除了轻便省电的设计外，任天堂还能找到符合这一设计的游戏。GB早期顶梁柱《俄罗斯方块》就是最好的例子，简单的黑白画面并不影响游戏乐趣。对GB画面不满的玩家选择了GG，因此GG早期的销量虽不如GB但表现尚可，进入上世纪90年代中期，GB和GG的销量双双跌入谷底，PC和主机游戏越来越华丽，玩家逐渐对掌机失去兴趣，任天堂打算接班的VB（Virtual Boy）又是个失败的奇葩，“掌机将死”成为当年的普遍共识。此后GB凭借《口袋妖怪》意外翻身，GG却没有相匹敌的作品，只得退出市场。

世嘉取消了MD版《俄罗斯方块》，并没有卷入这个著名品牌旷日持久的版权官司纠纷，与任天堂对簿公堂的企业是雅达利旗下的天元（Tengen）。天元对于任天堂蛮横的第三方政策向来不满，他们破解了FC的加密系统，未经任天堂允许自主推出游戏，双方多次闹上法庭。FC的《俄罗斯方块》有两个版本，天元版的素质明显高过BSP版，然而前者因失去版权而败诉，卡带也被禁售。而在国内，天元版一统天下，BSP版难寻踪影，毕竟国内没有禁售令的影响，商家和顾客只看游戏素质。《俄罗斯方块》版权案败诉后，天元决定老账新账一起算，指控任天堂的第三方政策涉嫌垄断，特别是“在任系主机出现的游戏，三年内不得移植到非任系主机，反之亦然”这一条例。正因如此，CAPCOM等厂商早年不敢亲自为MD制作游戏，只能交给世嘉代工。为避免联邦委员会的制裁，任天堂悄悄取消了这一条例，使得MD第三方作品大增，世嘉这名局外人成为了纠纷的受益者。

世嘉顺应潮流于1991年末推出MD的周边Mega CD（美版名为世嘉CD），售价49800日元，具备播放CD音乐的能力，当时的光头成本高昂，CD播放器也是这个价位，所以售价还不算特别离谱。除了光驱外，Mega CD还包含完整的CPU、显卡和内存，不过玩游戏时无法独立运行，必须与MD协同工作。日本针对Mega CD发售了一些不错的RPG，


世嘉还推出电视接收器，充分发挥GG彩色屏幕的价值，当年还没有移动智能设备，有个手提电视就已经很潮了



被国人戏称为砖头的初代GB，以今天的标准来看体积确实偏大，但跟GG比起来算是小个头了



天元版《俄罗斯方块》，国内FC市场流传的版本几乎都是这一版，拥有更好的画面、音乐、操作和玩法



任天堂发行的BSP版《俄罗斯方块》在国内则无人问津，操作没有天元版舒服也就罢了，居然不支持双打



不同的型号MD对应不同的Mega CD，为了尽量避免混乱，世嘉还推出了MD和Mega CD整合的一体机



《索尼克CD》的特殊关场景使用了硬件提供的缩放回旋加速，这曾是SFC的卖点，现在Mega CD也有了



《Winning Run》的车体是一张简单的2D图层，赛道缺乏变化，手感平平，火不起来很正常

因为涉及语音和视频，很多都没有推出美版。美国玩家接触到的Mega CD作品除了增加动画的MD强化版之外，大都是比较无聊的FMV游戏，在美国广为人知的杰作只有《索尼克CD》，由大岛直人率领留在日本的Sonic Team成员开发，素质出众，卖了150万。Mega CD累计销量600万，作为一个周边还算不错。

雅达利早在1983年就推出了第一款3D街机游戏，此后NAMCO入股雅达利，获得大量3D技术，并于1988年推出使用多边形的3D基板System 21，首发游戏为RAC新作《Winning Run》，因为赛道过于简单且帧数较低，没有引起轰动，不过为世嘉敲响了警钟。铃木裕立刻意识到，多边形已经逐渐实用化，他可以放弃2D模拟的伪3D图像，实现多年来的真3D梦想。世嘉选择通用电气航空航天部（曾参与阿波罗登月，研发军用卫星、雷达及战斗机模拟舱，后来成为军火巨头洛克希德·马丁的子公司）作为长期合作伙伴，于1992年开发出世嘉的第一块3D基板Model 1，多边形数量为每秒18万，高于System 21的4万6，并支持更多特效，性能一时无二。在当时，就算纵观全世界的游戏开发者，也没人接触过这么复杂的设备，世嘉的程序员为此吃尽苦头，终于驾驭了这匹野马。

Model 1首发游戏为《VR赛车》，画面和可玩性均超过《Winning Run》。基板最著名的游戏则是1993年问世的首款3D化FTG《VR战士》。面对《街头霸王Ⅱ》的对战热潮，世嘉曾推出跟风作《Burning Rival》，反响平平。《Dark Edge》则是一款通过缩放模拟3D效果的FTG，凭借画面的纵深感引起了一些关注。此后的《VR战士》才是真正的3D化FTG，使用按键而非拉后防御，抛弃波动拳等幻想招式。开发初期的3D人物动作非常别扭，制作组为此恶补武术知识，甚至远赴我国河北，亲自请教八极拳掌门人吴连枝，以他为原型制作系列主角结成晶，终于实现了洒脱自如的动作。《VR战士》的诞生标志着3D游戏走向成熟，随着2D的FTG逐渐走入瓶颈，3D成为街机的领头羊。

世嘉此时已经在考虑32位机的问题，因为MD在欧美大受欢迎但日本销量平平，世嘉决定在日本主打新主机土星，为欧美推广火星，后者是名为32X的MD强化周边。32X带有两颗32位的SH-2 CPU，具备初级3D能力，多边形每秒5万，可以缩水移植《VR战士》和《VR赛车》，对于MD的色板也有所强化，2D画面更佳。32X不能独立运行，协同工作时，MD负责处理背景，32X处理活动物体。32X于1994年末推出，美国玩家知道土星马上就要来了，应者寥寥，仅卖出66万，游戏也只有34款。

行星计划最终变成了流星计划，来也匆匆去也匆匆，没有赚到大钱，反而损坏了世嘉的声誉。多而散的平台只会被各个击破，厂商需要集中精力，培养少而精的硬件，这也是玩家的呼声。经过一系列教训，中山隼雄终于明白了这个道理，但此后他对于欧美的政策走向了另一个极端，简单粗暴的做法几乎葬送了卡林斯克等海外干将辛苦打下的江山……


《VR赛车》的赛道比《Winning Run》更有趣，地形更细腻，手感更出色，即使现在玩也不失乐趣


吴连枝的梦想是将八极拳传遍世界，《VR战士》让全球见识到这种刚猛的武术，对八极拳的推广起积极作用



32X是一个蘑菇形状的外设，插在MD的卡带槽上，虽然内置两颗32位CPU，但性能比起土星依然差得远

坠落的开始

世嘉希望32X能为自己打下后16位时代的第一块江山，但32X的存在是一个连鸡肋都谈不上的东西，这一点特里普·霍金斯看得很清楚，他把32X称作“一块恶心的创可贴”，预言了它的失败。32X上市时售价高达159美元，其市场反响极为惨淡，几个月后世嘉就将其腰斩至99美元，即便如此也没有多少玩家当了这个冤大头，在32X退出市场前世嘉一度以20美元的低价试图清仓，但他们没有想到的是，这只是接下来数年世嘉一连串厄运的开始。

1994年11月，世嘉在日本发售32位主机土星（Saturn），44800日元（当时约合469美元）的售价相当高昂，但首批20万台主机还是很快被狂热的日本玩家抢购一空，而在土星上市的这一天，抢走了所有聚光灯的并非这台主机，而是其首发阵容中的《VR战士》。铃木裕之于世嘉，就如同宫本茂之于任天堂，《太空哈利》《Out Run》《虚拟赛车》都是他的作品。《VR战士》是史上第一款3D格斗游戏，从街机移植而来的土星版尽管受限于3D机能，角色和场景的建模都很简单，格斗家们四方形的身体看起来略显怪异，其7800日元（约合80美元）的售价相当高昂，但《VR战士》逼真的格斗动作体系和全新的3D体验让玩家欲罢不能，在土星初期的装机率达到了惊人的1比1，也成为土星上最成功的游戏之一。

两星期后，索尼发布了其第一款主机，同为32位的PlayStation，这个名称曾属于流产的SFC CD，当时索尼将其称为“任天堂PlayStation”。世嘉为了挤压PlayStation的

生存空间，特意等到PS发售才为土星大批量供货，成功地压制了PS初期在日本的销量。原本计划在美国主推32X的计划流产之后，世嘉只能将希望寄托在土星上，但如果算上土星，此时世嘉在美国要维持Genesis、Game Gear、Sega CD、32X和32X CD等一大堆互不兼容的平台，资源的紧缩日渐凸显。中山隼雄决定放弃MD和Genesis，开始在美国大力推动土星的销售，而这个决定即将成为世嘉历史上最黑暗的一刻。

土星的硬件采用了两块来自东芝的SH1 CPU，其理论性能比PS更强大，但这两块CPU属于寄生结构，每次只有一个可以在内存里寻址，所以第二个CPU一般用来运算几何变换等单一数据处理，甚至很多游戏干脆只用一个CPU，严重浪费了性能，编程也要繁琐得多，连铃木裕也一度承认这个双CPU的架构很难掌握。相比之下，PS的架构更简洁，也更容易维护和随着制造工艺的进步降低成本，这一点在日后特别是北美的价格战中成为PS的巨大优势。土星的3D使用的是独特的四边形处理方式，而不是我们所熟知的三角生成法，这种通过活动块来处理3D的方式存在一个显著的问题：无法自由地添加半透明层，而使用三角形处理3D的PS就完全没有这问题，3D性能远超土星。

更大的打击来自美国市场，在1995年的首届E3展会上，索尼正式宣布PS将于1995年9月9日在美国发售，走到台上仅仅说出“299美元”的价格便在掌声中转身离开的不是别人，正是SCEA的总裁，曾在世嘉美国与卡林斯克一起铸就Genesis辉煌的史蒂夫·莱斯。这个定价让世嘉美国措手不及，此前他们刚刚宣布土星将于9月2日正式发售，5月11日在包括Toys R Us在内的四家零售商先行开卖，399美元的售价毫无竞争力可言，世嘉犯下了将3DO定价599美元的特里普·霍金斯一样的错误。此时的卡林斯克已经逐步失去对局势的控制，上任世嘉美国CEO时与中山隼雄的君子协定已经荡然无存，日本方面错误低估了美国的16位主机市场，实际上1995年全年北美的游戏销售额仍有64%属于16位主机，中山隼雄单纯靠土星在日本市场的火爆就决定提前让Genesis让位，将资源集中在土星的决策铸成大错，而决定不发售32位主机，依靠SNES和Game Boy继续坚守16位的任天堂借此迅速夺回了北美市场的主导地位。

在这一系列因素的影响下，土星在北美的首发成为了一场巨大的灾难，Toys R Us等商场提前4个月开卖的行为激怒了全美的零售商，大量商场甚至拒绝在9月上架土星，高昂的售价更是雪上加霜，到1995年末土星在北美售出40万台，而相比之下，同期PS的销量达到了80万。土星的主力软件阵容以日本游戏为主，《龙之力量》《樱大战》等作品都为亚洲玩家所熟知，但缺乏针对北美市场的大作，原本计划中由北美分部STI工作室开发的全3D“索尼克”作品《索尼克极限》因技术和公司资源冲突等原因被迫取消更是加重了这种窘境，索尼克品牌在土星上的存在感乏善可陈，一直到DC的《索尼克大冒险》推出才宣告了蓝色刺猬在主场的归来。后来索尼克小组开发的《NiGHTs》极具野心，中裕司曾希望它能与《马里奥64》抗衡，但土星孱弱的3D机能让它最终变成了一款2.5D游戏。硬件和软件的双重困境，让土星的销量长期止步不前。

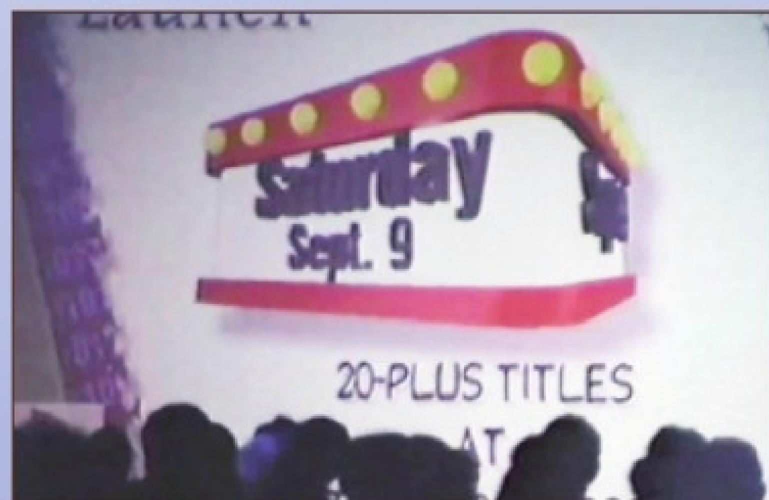
随着1996年任天堂推出第一款64位主机Nintendo 64（N64），土星的市场被进一步挤压，对世嘉集团失望已久的卡林斯克于1996年中辞去美国分部CEO的职位，但在世嘉母公司CSK社长大川功的邀请下进入了他的大川基金会工作。索尼凭借PS在主机市场一战成名，任天堂则依靠坚挺的SNES、成为国民现象的Game Boy和因强大3D机能被玩家与评论人士追捧的N64继续牢牢占据巨头地位，两家公司瓜分了超过80%的全球市场份额，世嘉的地位岌岌可危。土星于1998年11月底在北美退出市场，在停产之际售出了200万台主机，相比之下，PS的北美销量是惊人的1000万台，世嘉在北美的辉煌与荣光，仅仅持续了6年的时间。


土星的造型与MD相当接近，美版的手柄则成为玩家心目中最适合格斗游戏的手柄



《VR战士2》的发色数和建模精度都有了显著的提升


这张图大概可以解释何为世嘉独特的“四边形”3D建模法



索尼这次发布会上那个著名的“299美元”发表成为游戏史上的一段奇闻轶事



《索尼克极限》流传至今的只有几张“Boss引擎”中的场景渲染图


《樱大战》因曾引进过简体中文PC版而为大量中国玩家所熟知

“梦”陨之刻

土星的失败给世嘉带来的打击是惨重的，1998年集团亏损4.5亿美元，销售额同比重挫21%，但依靠在欧洲与日本本土的市场存在，世嘉并未从主机市场彻底消失。也就是在这段时期，世嘉开始参与PC平台的游戏开发与发行，与微软的合作正是从此时开始的。1998年5月，世嘉宣布新一代主机Dreamcast，采用东芝的SH4 32位CPU与来自NEC的PowerVR2图形芯片。实际上在DC的初期设计中，图形芯片来自当时在3D领域如日中天的3dfx，但世嘉最终选择了PowerVR的方案，原因是3dfx在IPO路演材料中泄露了DC的相关规格，此事还引得双方对簿公堂。

Dreamcast的架构相当超前，它是第一台具备原生VGA视频输出的主机，拥有两套操作系统，其中一套是与微软合作开发的定制版Windows CE，因此拥有完备的互联网浏览功能，支持DirectX这一点让DC赢得了众多欧美第三方开发商的青睐。日本首发游戏中《VR战士3》成为最受欢迎的游戏，再次拿下了接近1比1的装机率，一个月后推出的《索尼克大冒险》更是成为了DC上销量最高的作品。DC在日本的首发情况不错，第一批15万台很快销售一空，但NEC图形芯片出现的产能问题严重影响了后续的出货，在头3个月内因为供货不足仅仅卖出了90万台，低于世嘉的预期，而1999年3月PS2的盛大发布加剧了DC的危机。在北美市场，依靠与第三方厂商的合作，世嘉将DC的北美首发阵容扩展到了15款游戏，这其中有开创了2K系列体育游戏的《世嘉体育NFL2K》，而最优秀的作品当属NAMCO的《刀魂》，其画面和游戏内容比街机版甚至还要出色，DC的北美首发相当成功，100余万台主机全部售罄，但DC的辉煌，也就止步与此了，因为这个时代的霸主们即将登场。

2000年3月，索尼在日本发售PS2主机，引发万人空巷的排队购买热潮，机能强大又具备正在兴起的DVD播放能力的PS2成为了日本的新宠儿，7个月后的美国的首发也同样火暴，加上刚刚宣布Xbox主机进入市场的微软，以及发布新一代主机NGC的任天堂，世嘉的对手越来越多，也越来越强大。连年的不利与亏损带来的是频繁的人事动荡，世嘉集团社长入交昭一郎于2000年离职，由母公司CSK社长大川功接任，而北美分部在卡林斯克走后接任CEO的伯尼·斯托拉曾在索尼就职，在DC发布前被排挤出了集团，接任的彼得·摩尔并非游戏或娱乐业出身，缺少卡林斯克的斗争智慧与果敢决策。Dreamcast是一台优秀的主机，但土星的失败让大量非世嘉死忠玩家选择持币观望或等待PS2，实际上根据世嘉创始人之一大卫·罗森的说法，他和大川功都曾打算在MD/Genesis之后就退出主机市场，而在前任天堂北美主席霍华德·林肯看来，DC的推出在世嘉经济条件堪忧的大环境下是极不负责任的做法。即便在世嘉内部，铃木裕等核心制作人也或多或少地表现出希望为PS2开发游戏的意愿（但仅仅是为了钱，铃木裕不喜欢开发难度极大的PS2），人心与天时都正在世嘉的周围一点点地崩裂。

但DC这台苦命主机仍然为世界游戏界贡献了无数耀眼的明星与珍贵的遗产，“索尼克”系列第一款3D作品《索尼克大冒险》大获成功；《刀魂》则是DC乃至格斗游戏史上媒体评分最高的神作；《疯狂出租车》这款日本游戏却呈现出了非典型的美式狂野风格；当然还有铃木裕的《莎木》，比《横行霸道Ⅲ》更早实现全3D沙盘，画面比GTA3


Dreamcast是一台造型与配色相当活泼的主机，手柄设计也很别致


《索尼克大冒险》继承了《索尼克极限》的衣钵，有相当多的元素保存了下来



《魂之利刃》是最早的3D冷兵器格斗游戏之一，在格斗游戏史上拥有极高的地位


直到今天，若是《莎木》出现任何蛛丝马迹般的消息，都会引发狂热老玩家的无尽猜测和期待



作为最早的主机网游，《梦幻之星Online》的画面与系统成熟度令人惊叹

甚至更好，不过受限于机能，读盘速度不能令人满意，系统自由度平平，烧掉47亿日元却只有百万级的销量在商业上也不成功，但这个系列至今仍有一批狂热的老粉丝，对3代的渴望从未改变。此外利用DC的网络机能推出的《梦幻之星Online》是主机MMO的鼻祖之一，画面优秀，会员数量甚至和《无尽的任务》平起平坐，系统则在后来被《怪物猎人》乃至当代的《命运》效仿。而为DC准备的网络服务SegaNet则是现代主机网络服务的雏形，也是最早成为实用服务的数字发行平台之一。

2001年1月，世嘉宣布停产Dreamcast，退出主机硬件市场，转型为第三方开发商。在22个月的短暂寿命里，DC总共卖出了650万台，相比之下，PS2在15个月里就达到了1000万台的里程碑。困境中的世嘉甚至曾收到过来自任天堂和微软的并购提议，而当时集团主席大川功正在饱受癌症的煎熬，自知时日无多的他曾面见比尔·盖茨，请求微软在Xbox中提供兼容DC游戏的功能而被婉拒，让人不胜唏嘘。2001年3月16日，大川功因心脏衰竭去世，享年74岁，在遗嘱中他将世嘉集团与CSK的债务一笔勾销，并将自己所持价值6.95亿美元的世嘉与CSK股份无偿赠送，正是这份临终礼物帮助世嘉在转型的阵痛期中活了下来。

新的世纪

在转型第三方开发商后，世嘉迎来了艰难的阵痛期，大量的分公司和工作室或因缩减成本关闭，或被转售他人，到2002年3月，世嘉连续5个财年宣布亏损，若不是大川功的临终馈赠，世嘉是否会破产都将是一个问号。2003年，日本赌博机业巨头SAMMY宣布购入CSK所持的22%世嘉股份，并于2004年10月正式与世嘉合并为世嘉SAMMY资本集团。

SAMMY的本业是柏青哥（类似弹珠台的赌博机械）和柏青嫂（老虎机），行走于法律的黑白地带之间，与日本诸多黑社会组织也有牵连，收购世嘉的一层重要考虑便是赌博机受法律政策和社会风向影响严重，并不是一个稳定的产业。而SAMMY在并购完成之后并未对世嘉业务有多少干涉，世嘉与SAMMY的运营和品牌各自分离，这二者的关系更接近动视暴雪集团中动视与暴雪这两家子公司，世嘉仍然是那个世嘉，并未因为与一家赌博出身的公司合并而有所变化，较之于Bandai合并后失去自主权和品牌的NAMCO有显著不同。相反，自知赌博机不可能长久稳定下去的SAMMY一直在用赌博机的盈利反哺世嘉的游戏开发与发行，对世嘉来说，这其实是一个相当好的结局。

退出主机市场之后的世嘉并未放弃街机这块发家的市场，Dreamcast为世嘉的街机部门留下了一笔宝贵的遗产，基于DC硬件的Naomi基板一炮而红，迅速统治了街机硬件领域，一直到2009年还有新作推出。2003年世嘉还曾推出基于初代Xbox硬件结构的Chihiro基板，并在2005年后全面转向以PC为核心架构的街机硬件，《三国志大战》《甲虫王者》《时尚魔女》等卡片式游戏也在日本乃至全亚洲带动了新的街机热潮。

而作为第三方发行商的世嘉，贡献出的最优秀的品牌当属“索尼克”系列，第一款登陆非世嘉主机的“索尼克”游戏是《索尼克英雄》，在Xbox、PS2和NGC上都有不俗的销量，近10年间索尼克大量推出新作，其中既有《索尼克4》《索尼克失落的世界》这样的失败作、《索尼克与马里奥奥运会》这样的奶粉，也有《索尼克世代》《索尼克全明星赛车》这样的优秀作品，“索尼克”系列的总销量从2001年1月的2900万提升至如今的9000万以上，仍然是全球最具影响力的品牌吉祥物角色之一。

如今的世嘉是一家在各个游戏领域全面存在的开发商，在街机、手游、主机和PC均有相当强的阵容储备，收购Creative Assembly、Relic和Atlus表现出极强的扩展产品线的决心，特别是对Atlus的收购呈现出了对这家老牌日系游戏开发商的尊重，向他们开放了世嘉的全部品牌授权，若是未来看到具有强烈Atlus风格的《樱花大战》或是《战场女武神》也无需奇怪。世嘉如今还是一家相当活跃的PC发行商，《索尼克世代》《索尼克全明星赛车》等作品均推出了画面与优化相当出色的同步PC版，旗下工作室的诸多新作也都在Steam上推出，从THQ手中收购Relic保住《英雄连》品牌是他们对PC平台投入的最好的证明。如今的世嘉也许已经不再拥有纵横全球市场的无上魄力，手足间体现的则是一家老牌厂商的气质与决心，世嘉纵横几十年的故事，有大卫与歌利亚的史诗对决，也有不死凤凰的煌然涅磐。



世嘉在转型期间的营收严重下滑，1997至2002年间连续巨额亏损


《索尼克全明星赛车：变形》由Sumo Digital操刀，画面艳丽，系统也颇具特色，是《马里奥赛车》之外最好的乱斗赛车游戏

REVIEW

P130

崛起3

作为一家1997年成立的，距今有着17年历史的德国游戏开发商，Piranha Bytes一共才只有7款作品，而这7款作品除了《哥特王朝》就是《崛起》，堪称一家德式RPG专业户，而这两款作品无论玩法还是风格都近乎相同。

■四川|葬月飘零

卖弄的可不止是8-bit

复古游戏一向打的是怀旧牌，这也就是说，复古风的游戏要感动的目标只是老玩家，而对新玩家们而言，他们被完完全全的遗弃了。当然世事皆有例外，《铲子骑士》正是这么一款让老玩家泪流满面但又能然新玩家投入其中的一款复古佳作。



■ 标题Logo中这个K字母的变形拉伸是8位和16位时代游戏常见的设计

铲子骑士
Shovel Knight
类型
动作
制作
Yacht Club Games
发行
Yacht Club Games
发售日
2014.6.26

因为《铲子骑士》不仅能卖弄得出一手好怀旧，更是将8-bit时代的灵魂带了出来：“神形具备”一词对于它来说是最为贴切的描述。

说得好听，其实就是抄袭

或许你已经知道了，或许你稍微察觉到了，或许你还蒙在鼓里，无论哪种，我们还是要先说说游戏评论圈由来已久的一个所谓的业内“梗”：当一个游戏明显的抄袭了另一个游戏的创意或是点子的时候，我们通常会比较隐晦地使用一些中性偏褒义的词来表达抄袭的意思，比如“借鉴”、“模仿”等词语，甚至可以使用诸如“致敬”这种明显往抄袭者身上贴金的褒义词来说明这种尴尬问题。之所大家都心照不宣的以这么做其原因有二，一是给抄袭者一些面子，同时也看在游戏素质不差的份上口下留德，因为你不得不承认有些游戏的确抄袭得不错，能将别人的点子变着花样冠冕堂皇的拿出来用，这样的状态直接说抄袭未免亏了人家，也有失公允。二则是完完全全的感情分，国产游戏就不用说了，一些作者偏好于某一系列写出来的评论也会尽量褒奖大于批评，就像我以前写的《伊苏7》评论就是盛赞过多的典型例子。

所以说，评论文里面的所谓“借鉴”、“致敬”等词汇实在的意义就是“抄袭”，国内外游戏评论一样，甚至影评、书评等各种领域的评论都如此。介绍完这个梗，我们就可以来说一说《铲子骑士》抄袭的地方究竟有多么的多——没错，这一次就是要直接用抄袭这个最真实的词汇来评价这款复古游戏佳作。

这才是真正的致敬

整个游戏就是所有NES游戏或者说FC游戏时代那些经典作品的好点子合集。红白机时代的游戏不乏经典系列，限于技术手段，游戏能够拿出来的玩法和花

样很少，因此一些别出心裁的玩意往往会成为一个作品甚至整个系列的代名词：我们耳熟能详的《超级马里奥》系列中的跳跃击碎砖块吃蘑菇长大吃花仍火球的点子，甚至一些冷门但大热作品比如《西游记》的武器和道具系统等等。《铲子骑士》就是将这些经典系列标志性点子统统拿过来撒上自己的调料，然后烩出的一锅大杂烩，但这并不是简单的照搬，他们连这些点子的灵魂也一并拿了过来收为己用。

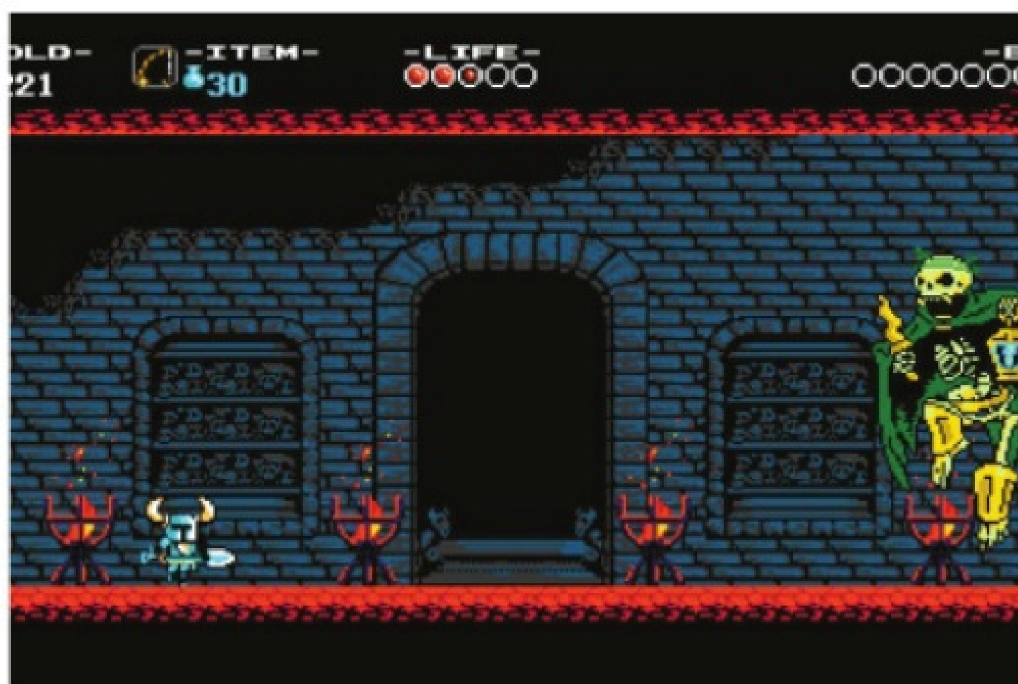
《铲子骑士》讲述了一个很简单的故事，铲子骑士与盾牌骑士因故失散，女巫统治了整个王国，并派出八名骑士镇守王国各要处，铲子骑士只有孤身一人一个个的击败这些骑士和女巫，拯救王国与水火之中。游戏主界面就透出一股子浓浓的8-bit时代的风格，简陋的布局，粗糙但光点却不失精准的标题，甚至“Shovel Knight”还用上了8-bit时代其他游戏常用的简单字体变形，将字母“K”拉长变成分隔线——光在标题上就可以看得出用尽了心思而并非照老虎画小猫的不负责，游戏本体岂不是更不得了？



没错！《铲子骑士》中充斥着各种抄袭：抄袭《超级马里奥3》的大地图；抄袭“洛克人”系列的关卡设计和BOSS招式；铲子骑士的跳跃下攻击抄袭《唐老鸭梦冒险》的唐老鸭的拐杖攻击方式；只有闪电才照亮周围环境其他时候一团漆黑的设计抄袭了"忍者龙剑传"系列的黑夜闪电关卡；与NPC互动的点子则是抄袭《塞尔达传说Ⅱ》；通过翻板门进入隐藏地点的点子则是抄袭《人间兵器》；甚至死亡后重拾掉落物的方式和篝火也是抄袭如今硬派动作大作《黑暗之魂》。虽然游戏的所有点子都是借鉴抄袭而来，但却并不会让8-bit时代走过来的老玩家们感到厌恶，反而一股无法言表的惊喜感与兴奋感涌上心头，甚至发现了某个抄袭点还会回想起自己当年玩FC游戏的时情景，那种怀旧感真的是畅快十足。

但是，这里的“抄袭”并不是简单的复制，而是借鉴重加工，正是这样才将人们所不齿的抄袭成功转化为致敬。副武器设计虽然源于《恶魔城》，但《铲子骑士》的武器种类更丰富也更好玩，既有飞斧、火球这样的纯抄袭之物，也有钓鱼竿这种搞怪神器，更神的是，钓鱼竿还与成就、隐藏物品相关联，让其作用不仅是一个搞怪道具，而是由更多玩点和追求点的道具。当铲子骑士死亡后会掉落三个钱袋，玩家可以回到死亡点取回钱袋减少死亡惩罚带来的损失，而过完一关之后还会有铲子骑士坐在篝火边的动画场景，显然这两个点子源于《黑暗之魂》，但铲子骑士可以用铲子挖篝火获取额外奖励，是一个既能让人捧腹又恶搞原作的绝佳梗。明明是抄袭为什么能够看出抄袭的玩家不怒反喜？我想，从抄袭点进行文化、玩法、种类等方面的延伸正是《铲子骑士》的高明之处。

即便是无法理解8-bit时代独特游戏氛围的新玩家们，只要能够欣赏得了8-bit复古风格的画面，那么也能够从中找到很多惊喜。甚至可以说，由于《铲子骑士》包含了8-bit时代绝大多数经典游戏中的经典系统，对于没有经历过8-bit时代的新玩家而言，这是一个极好的入门游戏，打完《铲子骑士》就相当于了解和体验了8-bit时代绝大多数经典游戏系统，况且游戏的难度相较于那些原作来说真的是低了很多很多,相较于当年被各种缠人Boss和变态关卡折磨的痛不欲生的游戏体验而言，7到8个小时轻松将通关的体验真的是好太多了。对于经历过8-bit时代的老玩家而言它是一部用于回味的怀旧游戏，对于没有经历过那一时代的新玩家而言则是了解那个游戏时代的最好教材。

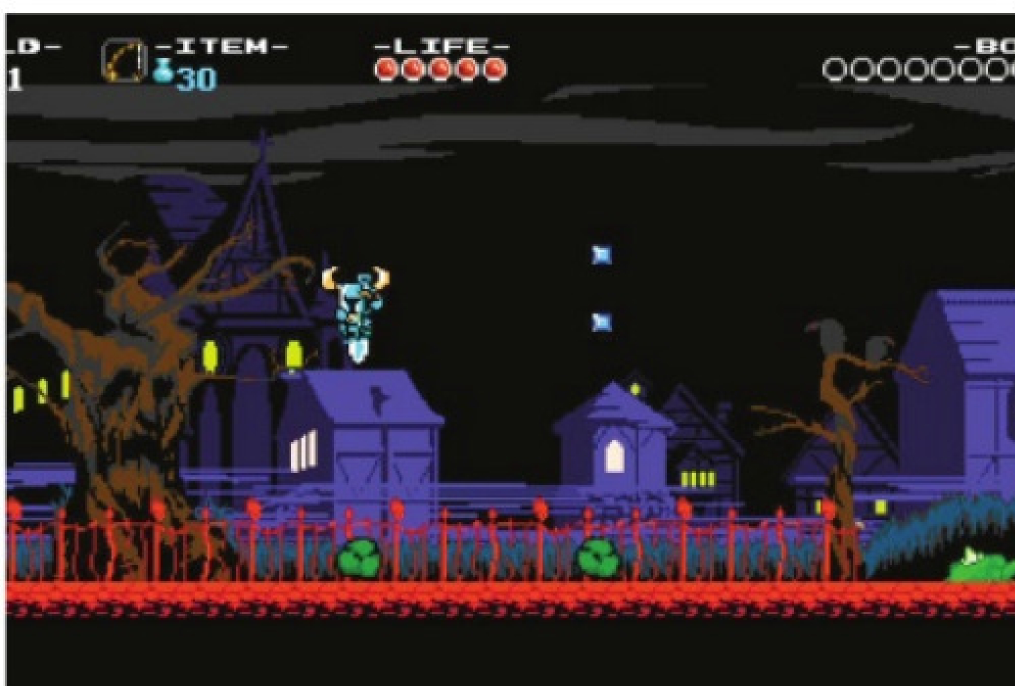




上左图 不仅只有Boss战，小Boss也别有味道

上右图 马里奥式的大地图，给玩家游玩关卡先后的选择权





下左图 忍者龙剑传式的闪电亮屏关卡让老玩家泪流满面

下右图 唐老鸭式的弹跳可以做很多事情

■四川 葬月飘零

糟糕的割草，失败的转型

转型是人们对付时代洪流的最佳手段，可悲哀的是，似乎这也是目前唯一的手段，无力扭转就只能选择顺应。时代的车轮滚滚向前，如果没法跟上时代的脚步，很快就会被碾碎在巨轮之下，旧的事物终究会随着时间的前行而消亡，幸运者会成为历史被载入史册，而大多数都会被人们，以及整个时代，甚至是被整个历史遗忘。



■ 这种持久战式的桥段在割草游戏里并不少见，《圣域3》中也自然不缺席

圣域3
Sacred 3
类型
角色扮演
制作
Keen Games
发行
Deep Silver
发售日
2014.8.5

历史由胜利者书写，想要书写历史就必须先成为胜利者，但遗憾的是，成为胜利者并非易事。

《圣域3》的失败转型或许就会砸坏这块经典招牌。一群错误的人，打起了错误的旗号，拿起了错误的长矛，掷向了错误的目标——悲剧自然无可避免。

前两作是标杆

除了这一作是由Keen Games完成之外，“圣域”系列各个作品皆出自Ascaron之手。遗憾的是自第二作《圣域2》上市后不久市场反应不尽人意，Ascaron很快就宣布破产并被Kalypso Media收购，随后被改组成为一个新的工作室Gaming Minds Studios，该工作室大部分由前Ascaron员工组成。随后，Gaming Minds Studios拿出了这个系列的绝唱，《圣域2：冰与火》以《圣域2》资料片身份登场之后这个系列陷入死寂。《圣域3》换了制作商，显然从3代的表现来看Keen Games并不能够理解这个系列的精髓，也显然，这个系列的精神与灵魂早已在《冰与火》上断绝。

简单挖一下黑历史，让我们这个系列有一个更感性的认识，更是为了着重说明《圣域3》的本质其实就是一个套着“圣域”皮的新游戏，有了这样的大前提，我们看待《圣域3》的表现与质量也能够更加的客观一些。明显，大家对《圣域3》几乎一边倒的贬低指责的根源在于玩家们将《圣域3》与《圣域2》甚至是《圣域》初代以及那些资料片作比较，这一点上不能全然责怪玩家看不清事实，毕竟打着的是圣域系列最新作的旗号，新开发商的作品备受质疑也正应了那一句“不作死就不会死”。

玩家的质疑源于与前作的对比，《圣域3》与前几作相比变化是翻天覆地的，没有了装备掉落，没有了大地图，没有了坐骑，这三个正是该系列最经典也是最大、最佳的卖点：海量装备与套装是暴雪“暗黑”系列为ARPG树立起的标准基础项目，没有这个算不得ARPG；超大超自由的大地图让冒险更加带感，真正给玩家旅行游历的感觉；而坐骑，个人以

为这是《圣域3》最经典的内容，凭借玩家可以在游戏中乘骑小到马匹大到怪兽的海量坐骑就能够压其他同类游戏一头。好了，我们看到了一个好玩的现象，凡是该系列甚至是整个游戏类型的卖点和经典要素或系统在《圣域3》中完完全全的被弱化了，圣域系列经典系统和要素在本作中转而退居其次：装备以攻破关卡的方式来获得，大地图完全变为一张图片，成为用来承载开启各个小副本的容器，坐骑系统完全去掉——这种自宫式的转型画面太美完全不敢欣赏。

自残式借鉴

显然，制作组从《暗黑破坏神Ⅲ》中借鉴到了不少东西，甚至你不得不说有些地方比“暗黑3”更厉害，刷怪的爽快感比如今市面上所有的“暗黑Like”ARPG游戏——甚至包括“暗黑3”——还要爽，加上多人合作模式允许玩家与朋友同割草，直线爆表的砍杀快感简直可以与割草神作无双系列并肩：一波一波的杂兵小怪冲上来，刀光剑影一划拉一大片，伴随着各种非人声惨叫声，杀戮的肾上腺素一波接一波袭来，为大脑提供不间断的快感。由于没有了大地图的束缚，在小范围空间内更能发挥想象力，S3的场景在绚烂的色彩和美术风格的映衬下格外养眼好看，更加值得称赞的是，游戏场景利用各种预设脚本将游戏场景的气场呈指数及放大：缓缓而来的船只突然涌出大量敌人，装有巨炮的大舰必须要用炸弹才能将其击沉，远处的宫殿被夕阳映衬出一种格外美丽的金红色——总之，游戏场景的气场水准大大高于“暗黑3”那小家子气的墙倒石滚小把戏。

所以，《圣域3》就以这样的残缺形象出现了，虽然大刀阔斧，但这葵花宝典却只练出个皮毛。砍掉了身体上最重要部分的《圣域3》让该系列的死忠完全难以接受：“怎么不掉装备了！”、“技能只能带两个？还有使用次数限制？”、“刷完一关手指痛得不行！”。诸如此类的无力呻吟哀鸿遍野，最后死忠们只能无奈地祭出终极大杀器：

“算了我还是玩《魔都魅影》去吧。”

如果你不是圣域脑残粉

让我们来做一个有意义的假设：如果你不是圣域脑残粉，那么《圣域3》对你来说是一款好游戏吗？显然，对于完全没有玩过这个系列的玩家而言本作虽不能算作好游戏，但质量绝对属于及格偏上。虽然各职业在玩法上没有本质区别，但技能在功效和视觉效果上各有特色，六翼天使的小范围刷刷刷很是带感，库库利弓箭手的远程风筝式战斗别有味道，萨菲利黑叔叔能抗能打，虽不出彩，但早已及格。

角色的装备掉落改为破关获取，关卡只掉落红、蓝、金钱和技能重置，这两种设定也是为了玩家能够更爽地刷刷刷，为了防止拾取掉落物的行为本身会打断玩家刷怪的快感而为之。显然，就单论来说这思路不错表现也很好，消除干扰让玩家可以专注于刷怪，再在关卡和怪物上做些小手脚就能够让玩家的快感从头至尾持续释放绝无冷场，《圣域3》也正是这么做的，极具特色的关卡和怪物第一次刷总是那么过瘾。

另一方面没有了海量装备也就没有了MF的乐趣，但制作商显然找到了一个将玩家注意力从无尽的MF上转移开的方法，获取装备后玩家可以为装备升级，不同选择路线铸就不同武器效果，让武器并不简单只是一个冷冰冰的杀戮工具，更是陪伴自己一路走来的伙伴。这种培养武器的点子单论也是非常非常地







上左图 借用脚本展现大气势动态场景很成功，场景比“暗黑3”气势更磅礴

上右图 离线双人，在线四人的合作模式中规中矩

左图 技能特效略华丽，美工方面值得称赞

棒，ARPG中除了镶宝石嵌符文神力加持这种赋予武器额外力量的成长方式之外，还有哪一个像《圣域3》这样允许玩家像培养宠物那样培养自己的武器装备呢？

本作还增加了环境道具互动，玩家可以举起炸弹扔向敌人，更可以抓过一些体型不大的敌人当飞蝗石用，一些BOSS战也少不了各色环境道具，同时BOSS战中各个BOSS也各有特色，虽然仍然逃不开脚本攻击无限循环直至被玩家干掉的机械式AI，但每一个BOSS的战斗体验感都各不相同，甚至大部分的BOSS的战斗体验比Falcom的“伊苏”系列的BOSS战更需要技巧，战斗体验感更美妙。再加上处决演出的爽快华丽和处决会获得更高积分，激励玩家不断挑战的动力点也并不少。

我们看到《圣域3》的新点子都志在扭转“暗黑Like”的一贯印象，培养出玩家在ARPG中的新姿势。但显然，一方面这些点子单拿出来很是出彩，却在整体上各自为战，没有一个总体上的规划，对接起来之后表现糟糕。另一方面玩家根深蒂固的MF游戏姿势扭转起来还真不是一件易事。对于新玩家而言，S3就亏在了这两点上，前者自身没做到位，后者大环境如此，二者碰在一起，就是《圣域3》恶评的悲剧根源。无论对于“圣域万年脑残粉永不变心”的老玩家而言，还是对于“圣域是啥能吃吗？”的新玩家来说，《圣域3》最失败的地方就是这费尽心机调动方方面面资源共同营造起来的爽快感，因为这种快感实在是太廉价了。

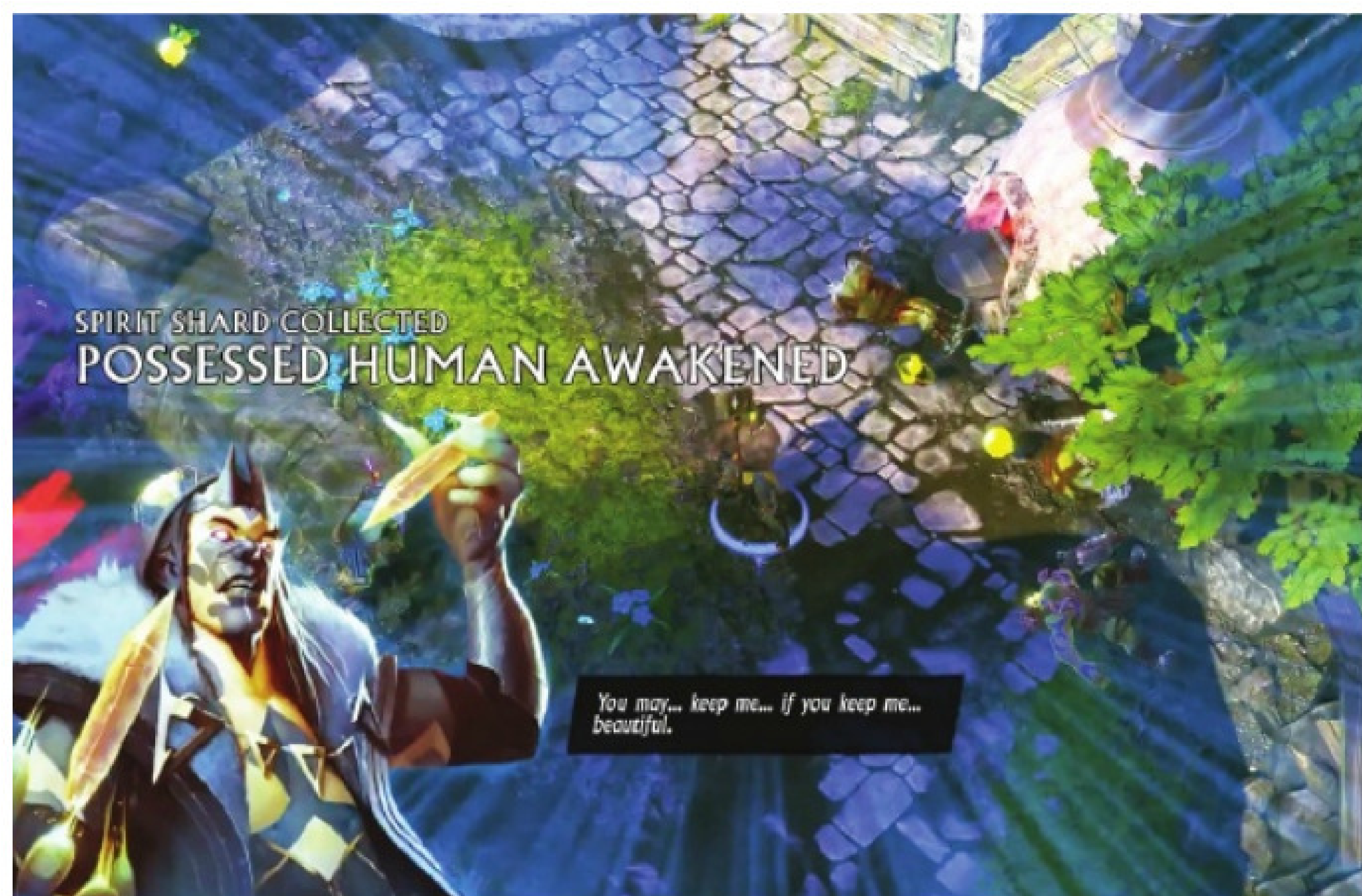
物以稀为贵，从这个角度对立来说，过于廉价的东西往往人们不会珍惜，司空见惯显然毫无乐趣可言，“知道的越多感动也就越少”这句话也足够说明这个问题。《圣域3》虽然有装备、角色成长、故事和世界观等玩点，但却被大大放大的割草快感完全掩盖，玩家在游戏里唯一的乐趣就是割草。这种直观快感体验远比那些什么装备培养这种慢热型的快感来的更简单更粗暴，玩家也更乐于接受，但这种简单粗暴式的快感来得快去得也快，当割草的快感在一波波的刺激下大脑逐渐麻木，乐趣也立刻直线跳水直跌谷底。“刷的刷的突然就恶心了”的逆反心理是所有这类简单粗暴式快感游戏的最终归宿，无论是新玩家还是老玩家，一旦这种快感变为乏味感，而这种乏味感达到了阈值之后，对游戏再无丝毫兴趣，反而是满满的厌恶感。

无双系列是这样，《圣域3》也是这样。

结语

显然3代仓促而失败的转型将对这个系列会造成很大的影响，至于4代能否立项面世，显然前景不容乐观。笔者很好奇，为什么《圣域3》会选择这样一条转型之路，因为用脚趾头都能够想到这种抛弃系列特色的转型一定会惹恼老玩家，同时新玩家反应的不确定性又非常大，如此显然这注定将会是个悲剧。游戏史上这样的例子不胜枚举，无论是游戏转型方式还是开发商的状况与《圣域3》最像的就是《地牢围攻3》，时隔多年现在看来，《地牢围攻3》仍旧没有续作，应该算是这个系列的绝唱，《圣域3》和该系列的命运会不会也跟它一样呢？

究竟是玩家陈旧的游戏习惯害死了新游戏还是游戏本身转型方向没选对？这个类似于先有鸡还是先有蛋的问题虽然难以得到确切答案，但这个问题对于玩家和开发商乃至整个游戏产业来说都值得深思。







上图 这种对话很烦人，尤其是在以割草为爽点的游戏里

右上图 你可以举起炸弹，扔向敌人，可恨的是炸弹是延时爆炸，往往是扔出去了砸中怪了可是没爆炸

右下图 没有了装备掉落，升级条件也更加苛刻，角色成长感被大大弱化，这对于一款ARPG游戏来说很糟糕

■天津 半神巫妖

最典型德国游戏

作为一家1997年成立的，距今有着17年历史的德国游戏开发商，Piranha Bytes一共才只有7款作品，而这7款作品除了《哥特王朝》就是《崛起》，堪称一家德式RPG专业户，而这两款作品无论玩法还是风格都近乎相同。

崛起3：泰坦之王
Risen 3: Titan Lords
类型
角色扮演
制作
Piranha Bytes
发行
Deep Silver
发售日
2014.8.12



■ 对于截图党《崛起3》的场景基本合格，但对于游戏玩家来说则浮于表面

业内通常是以游戏场景来区分Piranha Bytes的这两个系列：《哥特王朝》以大陆为主，《崛起》则在海上居多。但无论场景在哪儿，二者都以自由开放、鼓励探索而著称，Piranha Bytes凭借着它们自成一派，在开放式游戏领域坚守着自己的日耳曼城堡。

不过，从大趋势上看，Piranha Bytes在2006年制作发布了《哥特王朝3》之后，明显对大陆上的冒险不再那么感兴趣了——《哥特王朝》的正统续作《哥特王朝4》也交给了Spellbound制作，自己专心打造《崛起》系列。不过有意思的是，Spellbound的《哥特王朝4：阿卡尼亚》也离开了大陆跑到了海岛上冒险。为什么这两家工作室冒着重复的风险，都要在海岛上做文章呢？恐怕这与2006年这个RPG领域不平常的年份有关，在这一年里《上古卷轴Ⅳ：湮灭》问世并获得了巨大的成功，一举摆脱了4年前《上古卷轴Ⅲ：晨风》比较小众的尴尬，将这个游戏系列提高到了一个白金品牌的地位。因此，大陆场景为主的“沙盘”游戏在大家看来短期很难再有竞争者，于是纷纷为了回避而转战海岛。这种另辟蹊径多少算是取得了意料之外的成功，《崛起》系列一经问世便凭借其以格挡为特点的战斗系统、全方位的锻造体系、风格鲜明的任务设计等优点获得了好评，想必这也是Piranha Bytes有意为之。

而今天，面对着诸多次世代大作以及游戏制作理念上的重大改变，Piranha Bytes却依旧墨守成规，《崛起3》所暴露出来的诸多问题恰恰是当初该系列的诸多优点，让人不得不感叹游戏界之日新月异以及德国人固执僵化一面的根深蒂固。

首先，对于开放式RPG游戏来说，场景是十分重要的一个环节。如果我们将线性游戏的一个个场景、关卡比作一幅幅定点写生的话，那么开放式游戏的场景就是一幅《清明上河图》般的宏大画卷。在这幅画卷之上落笔的人，不但要有匠人的精雕细琢，更要有大师的把握全局能力，最后还得有一些点睛的神来之笔。在这方面，Bethesda无疑是当今世上最擅长制作开放世界的大家，但即便如此，《上古卷轴Ⅴ：天际》的场景依旧被玩家所诟病——冰天雪地过多、雷同的山脉限制了场景广度等等。《哥特王朝》原本在

这方面有些优势，以魔法屏障为分界的不同地貌是每一代的鲜明特点，这次《崛起3》同样试图在场景区分度上做文章：三座大岛、三座小岛、两块大陆，《崛起3》的场景确实做到了风格不同。只是，这种风格不同只具备了匠人的精雕细琢，却没有大师的把握全局，有神来之笔却无比的生硬。

为了对应三大职业发展方向——法师、萨满、恶魔猎手，游戏设计了三座地貌完全不同的岛屿：传统风格的法师之岛、充满热带雨林的萨满之岛、岩浆奔流的恶魔猎手之岛。但却忽视了一点，开放式游戏的地理设定一定要遵从最起码的地理法则。《上古卷轴Ⅴ：天际》就是为了遵从这一点，才不得不冒着地貌类同的风险将游戏做成了冰天雪地。在同一片大海相距不过几十海里的三个岛上，地理风貌却犹如从地中海到赤道再到南美洲的跨度，这种匠气十足的做法初玩也许很新鲜，但无疑破坏了游戏的真实性与代入感。同时，在洞穴、地下城等方面，我们又看不出这三种地貌对玩家的探险有何影响，玩法都是雷同的。于是给了玩家一种三种地貌其实就是三个皮肤的感觉——截图时很爽，但玩起来都和在一个岛上一样。这也是“崛起”系列整体问题的一个缩影：浮于表面，稍微深入就功力尽失。

其次，就是Piranha Bytes从《哥特王朝》开始就引以为豪的战斗系统也存在许多问题。《崛起3》仍旧采用了一个基于格挡、闪避的战斗系统，也就是我们常说的滚动、砍互相交替的过程。我们必须承认，这个基于真实剑术的战斗系统还是要比其他开放世界游戏强不少的。玩家在《崛起3》中通过组合键，实现了凭借玩家自身反应闪避或格挡，然后在敌人露出破绽的一瞬间实施反制的游戏过程。说实话，这种战斗初次玩起来很爽，但很快便暴露出了两大问题。

第一个问题，就是这种战斗方式更多地是基于玩家自身的反应能力，削弱了游戏内人物、怪物属性的作用。对于那些平时踢球时总被分配打门将的玩家来说，他们真的就可以凭借滚动、劈砍、再滚动、再劈砍的这样一个过程磨死比自己人物等级高很多的怪物。这皆因游戏所标榜的上百种怪物，和场景一样，只是看起来不同而已，攻击方式几乎完全相同，不同的只是怪物冲锋、躲避的速度而已。这一点不但长期玩起来很无趣，甚至还有一些滑稽的场面出现。比如游戏中那些白发苍苍的老法师，他们也许不会像黑豹一样撕咬玩家而是用手中的火球闪电攻击，但当玩家用长剑劈砍他们之时，他们竟然也会一个利落的后滚翻躲开，然后站起来继续哆哆嗦嗦地用闪电攻击玩家——难道这个世界里的老人年轻时都是体操运动员？

第二个问题，就是游戏Boss战的严重缺乏。可能是因为很难做出更为先进的战斗AI吧，如果玩家不擅长这种基于反应力的战斗方式，那么游戏每个怪物都是Boss，一只小鸡也可能咬死主角，此时游戏贴心地提供了看戏模式，也就是依赖似乎永远不会被打死的同伴；而一旦熟悉并掌握了这种战斗方式，那么所有的怪物又都是一盘消耗时间的小菜。传统意义上的真正Boss战只有两场，而这两个Boss却又十分强大，首先玩家被剥夺了看戏模式，只能孤身迎战，其次就是Boss不但可以召唤小怪还可以自愈。大家可以看出，这两个Boss很明显超出了玩家的能力范围，结合游戏普通怪物的低能，让游戏的平衡性荡然无存。

至于《崛起3》的RPG部分，则更加凸显了德国人民族性中那无趣的一面。游戏的故事老套不要紧，讲精彩了一样可以，《崛起3》在这方面就是一个很不好的典型——它用最糟糕的方式讲述了一个最老套的故事。在游戏一开始，玩家的灵魂被恶魔夺走，通向地狱的传送门在世界各地四敞大开。虽然这是一个类似《上古卷轴Ⅳ：湮灭》的老桥段，但笔者却丝毫没有感受到在《湮灭》中感受过的那种紧张压迫感：路人们仍旧在各做各的事情，NPC们用着冰冷的语言平铺直叙着各种到某处取某某东西的任务……更严重的是这些NPC本来就没什么性格特点，数量还不多，而且讲完了任务对话就没什么话说了。于是给了我一个印象，好像这游戏并不是在和人打交道，而是和动物——游戏场景内千奇百怪的诸如大猩猩、猎豹、山鸡等动物充满了各个场景，走几步就要碰上几只、打上一阵。这种设计让本来就枯燥的剧情更加被割裂开，节奏十分混乱。

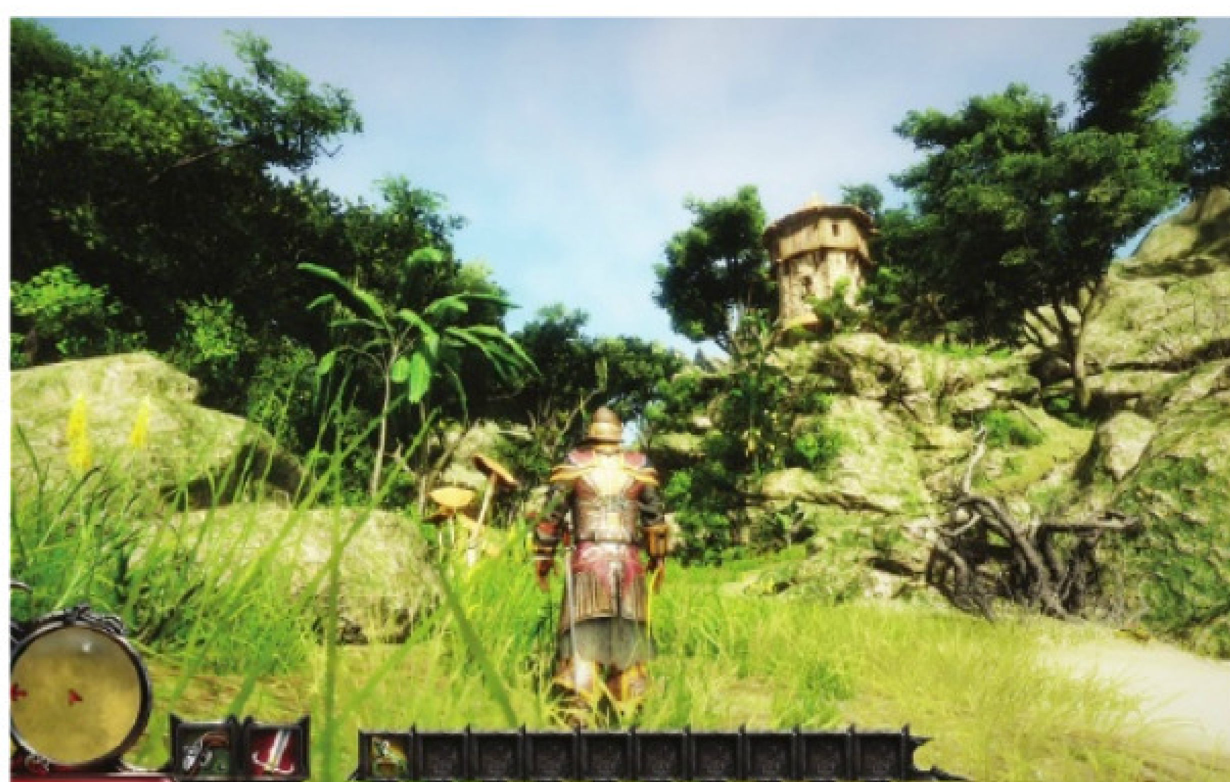
对于神来之笔这一块，我们可以看出德国人还是打算下一些功夫的，游戏中也确实充满了一些令人眼前一亮的惊喜。比如萨满的魔法变鸟术可以让玩家变成小鸟飞翔，增添了游戏的情趣。海战的加入明显是受了《刺客信条》的影响，但玩家在《崛起3》里比《刺客信条》能做的更多，不但需要玩家拆除炸弹，还要亲手操纵大炮与敌舰对轰，有时还得边开船边开炮，玩起来十分过瘾。可惜的是，这种神来之笔的战斗只有剧情里特定的一次，让笔者觉得十分遗憾。商人和技能训练在《崛起3》中却成为了劣势，这皆因游戏将每个NPC都做成了商人、技能训练师，并且还不在地图上对商人做出标记。因此玩家需要凭脑子记忆他们的具体位置和商品类型——这明显与次世代给玩家更明确的指示这一游戏理念不符。技能训练师倒是在地图上有标记，但却没有明确先决条件。基于荣誉值的升级系统确实可以得到一些表扬，玩家得以自由分配点数而不用担心升级大方向的错误，这也算神来之笔吧。

总体来说，《崛起3：泰坦之王》堪称一款最典型的德国游戏，它秉承了日耳曼民族严谨、固执的性格特点，一股脑地将制作人心中的想法全做了进去。但也正是因为不知取舍，才造成了这些单讲出来都很吸引人的元素毫无规则的混搭，整款游戏浮于表面很难深入，平淡如水却又弃之可惜。P



左图 游戏场景延续了“崛起”系列的海岛为主风格，并做到了多样化





上左图 游戏初期不乏惊艳的场景，但随着游戏深入却逐渐减少了

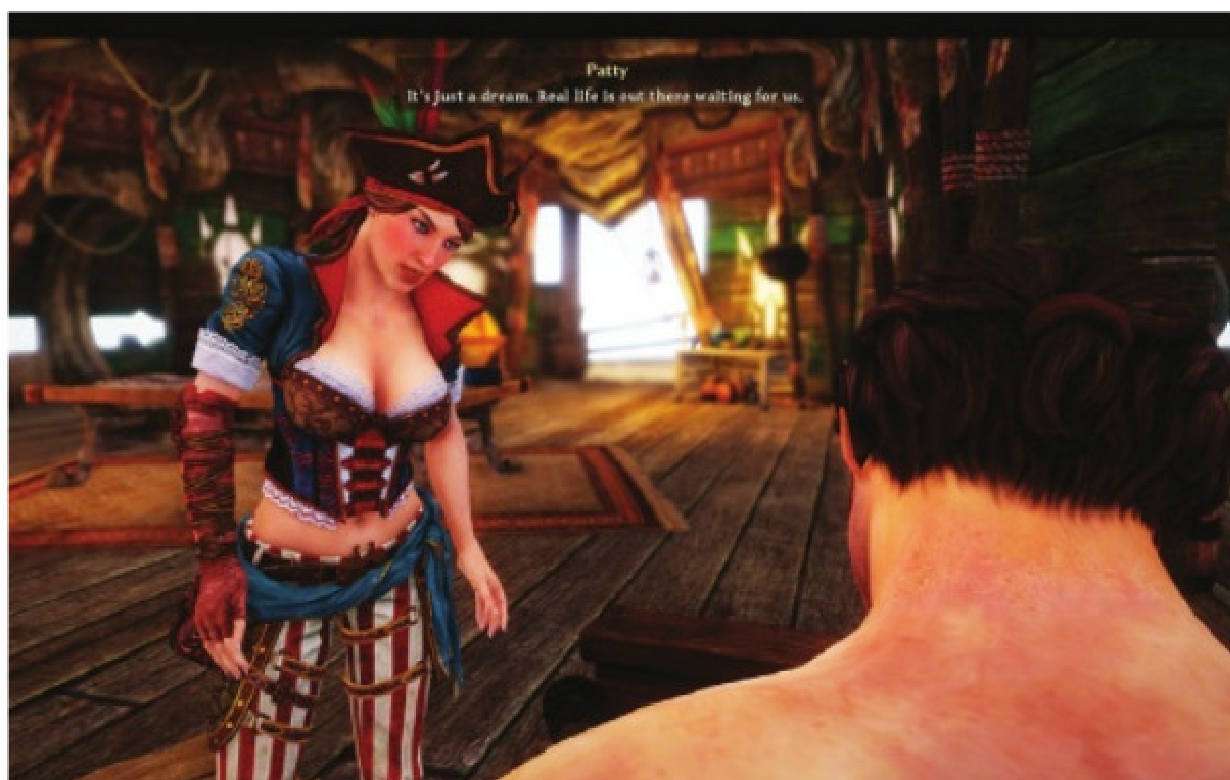
上右图 场景风格跨度太大失去了一部分真实感



右图 游戏的战斗比一般沙盘游戏强，但掌握规律后就剩下消耗时间了

下左图 即便是这样的妹子，也丝毫没有让玩家记住

下右图 基于荣誉值的升级系统是游戏为数不多的亮点之一

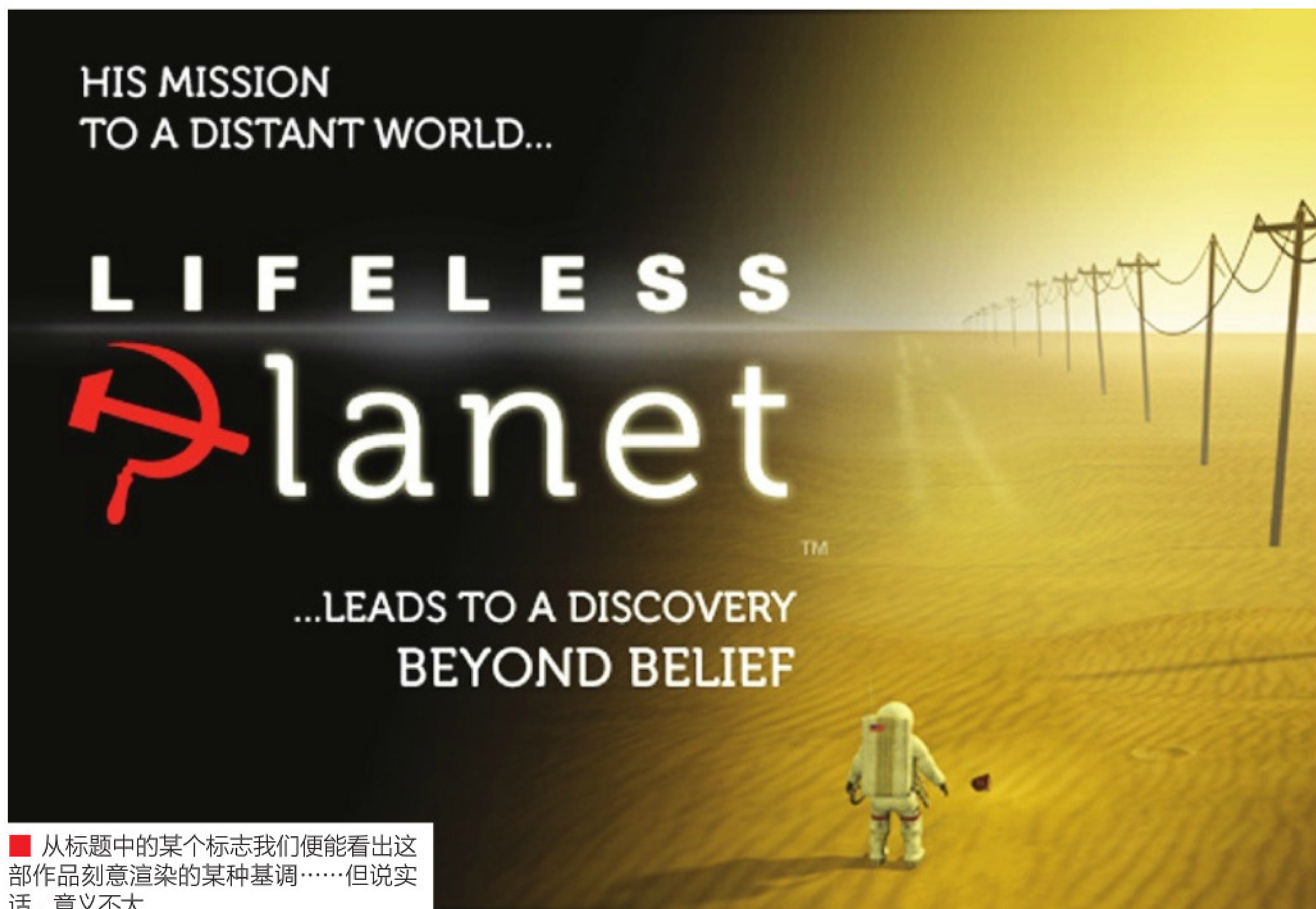




■北京 坏香橙

廉价轻薄的荒芜之旅

想想看，倘若把宏大叙事的框架收缩在一个核桃那么大的主题当中，得出的结果会是什么模样?
《荒芜星球》近乎完美地为我们做出了示范。



■ 从标题中的某个标志我们便能看出这部作品刻意渲染的某种基调……但说实话，意义不大

荒芜星球
Lifeless Planet
类型
解谜
制作
Stage 2 Studios
发行
Stage 2 Studios
发售日
2014.6.6

直到现在，每当回想起阿瑟·克拉克的传世经典科幻短篇小说《地球凌日》，那种隐藏在平淡简约文笔之下的“凝固的力度”依旧让我震撼不已：相比于广袤无边的宇宙，人类无疑只是沧海一粟，但这并不意味我们的存在毫无价值——即便这种存在转瞬即逝，我们依旧可以用它来证明自己作为智慧文明的生存意义——那就是永不停息的进取、探索与征服之心。

没错，这种充满浪漫色彩的雄心壮志确实与我们的现实生活相距甚远，但这又有何妨？对于向来天马行空的游戏制作人来说，这种“正因为无法触及所以才会趋之若鹜”的畅想简直就是再理想不过的设计题材。如今，又有一部乍看之下沿袭这种思潮的作品登上了Steam的发售列表，这便是《荒芜星球（Lifeless Planet）》。那么，这部新作的表现究竟如何？

状似恢弘的预告影像

从预告片的内容来看，《荒芜星球》的表现似乎十分值得期待——在这部游戏中，玩家所扮演的是一位执行深空单程探索（不考虑折返方式与途径）任务的宇航员：作为此类游戏的标准配置，“失事的太空船”必不可少，“孤身上路”是理所应当的，“搜寻失踪的队友”这种目标自然不会缺席，至于“所剩无几需要留意补充的氧气”以及“充满谜团的任务”，没有它们又怎么能构成太空探索主题游戏？不仅如此，在这些近乎设计标准的元素内容之外，《荒芜星球》还给我们呈现出了更多引人入胜的新卖点——千篇一律的荒漠风景让人厌倦？没关系，这里有大量明显出自人工建设的场景让我们调剂胃口；来历不明的建筑群落令人畏惧？不要紧，看看那面在遗迹中央迎风飘荡的镰刀铁锤红色旗帜，这些房屋设施的建造者身份一目了然；无机质的世界终究缺乏引人入胜的魅力？尽管放心，这里有绿藻，有植被，甚至还有更多让人意想不到的生命——没错，尽管在这颗星球上孑然一身，但你并不孤独。

平心而论，以独立游戏的水准来看，《荒芜星

球》的预告片完全算得上是个中良品——无论是画面剪辑、背景音效还是演示桥段与片尾悬念，整段视频完整地呈现出了一部太空探索游戏理应具备的一切要素——甚至还有更多值得期待的探索内容。然而，这种理想的期望与真实的游戏之间到底存在多少差距？我们不妨来进入游戏一窥究竟。

果壳中的主题宇宙

从片头动画亮起的第一帧开始，不祥的预感便开始在我们的眼底闪现：尽管预算永远是所有独立游戏制作者的心头之痛，尽管节制开支让努力把每一分钱都用在内容制作上导致剧情演出差强人意绝大多数玩家都能理解，但内容敷衍了事到这种地步的开场动画……说实话，以近年来上市的独立游戏标准来看着实不多见。无论如何，这段让人扫兴的过场并未持续多久，很快，正式的游戏画面就出现在了我们面前——

嗯，标准的WASD操作键位，感觉不错；略显飘忽的手感虽然有点别扭，倒也算是符合“陌生星球重力加速度G值与地球存在差异”的设定；至于氧气危机，刚开场不到五分钟就已经让我们体验过一次，还有什么疑问吗？

然而，尽管放眼望去视野中尽是荒芜，但某种不协调的感觉依旧在我们的意识中回荡不散，这种违和感在绕着地图边沿不断摸索探路的时候表现得尤为明显，到底是怎么回事？答案来得远比想象中更早更快：当登陆阶段的剧情暂告一段落、陌生的人造建筑设施痕迹初次出现在我们面前时，《荒芜星球》在设计层面上最直观的缺陷终于暴露无遗——那就是与宏大背景格格不入的狭隘格局：暂且不去理睬那看似理所当然的提示方向，试试背离那行陌生的电线杆朝着相反的方向前进吧，很快你就会明白上一句末尾结论的真实含义——有形和无形的屏障直接束缚了我们的探索自由度，无论是开场阶段地图四周乍看之下不算陡峭实则不可能翻越的环形山峦，还是在初次接触无人遗迹时提示“回头毫无意义”并将探索方向强制锁定的触发机制，诸如此类的设置都在提醒我们真正意义上的“自由度”只是幻觉。没错，从商业化冒险游戏的设计角度来看，过于放纵的自由度很容易让玩家不知所措导致卡关——但谁说独立游戏也必须遵循这种陈规旧习？为什么就不能多给玩家一点自由度，让这场荒芜星球上的游历变成真正意义上的探索之旅？

事实上，除了系统架构方面的保守理念之外，《荒芜星球》的剧情设计同样毫无大气恢弘可言——尽管从封面上我们就能看到这部作品带有明显的东西方冷战时期的争端色彩，但事实证明这个煞有介事的幌子只是个噱头；至于真正的内容主旨，由于游戏本身的情节演出不是流于形式便是支离破碎，最终的结论可谓众说纷纭，从环境保护到寻找自我可谓因有尽有，但无论哪种结论都与宏大的背景尺度相差甚远。说实话，如果从一开始想要制作的就仅仅是独立小品，又何必硬要把与故事主题格格不入的大尺度背景强行嵌套进来？最终，《荒芜星球》就是这样一部即不能让太空背景AVG玩家满意，又不能符合小清新AVG爱好者的口味而且价格还贵得离谱——Steam上的售价居然高达19.99美元，简直就是抢劫——的荒唐游戏。请记住它的标题，除了作为慈善包的添头之外，这部作品几乎不值得我们划卡掏钱。





上左图 注意画面四周的黑色轮廓，氧气不多了喔

上右图 预告片中让人印象最深刻的一幕：远方有人吗？





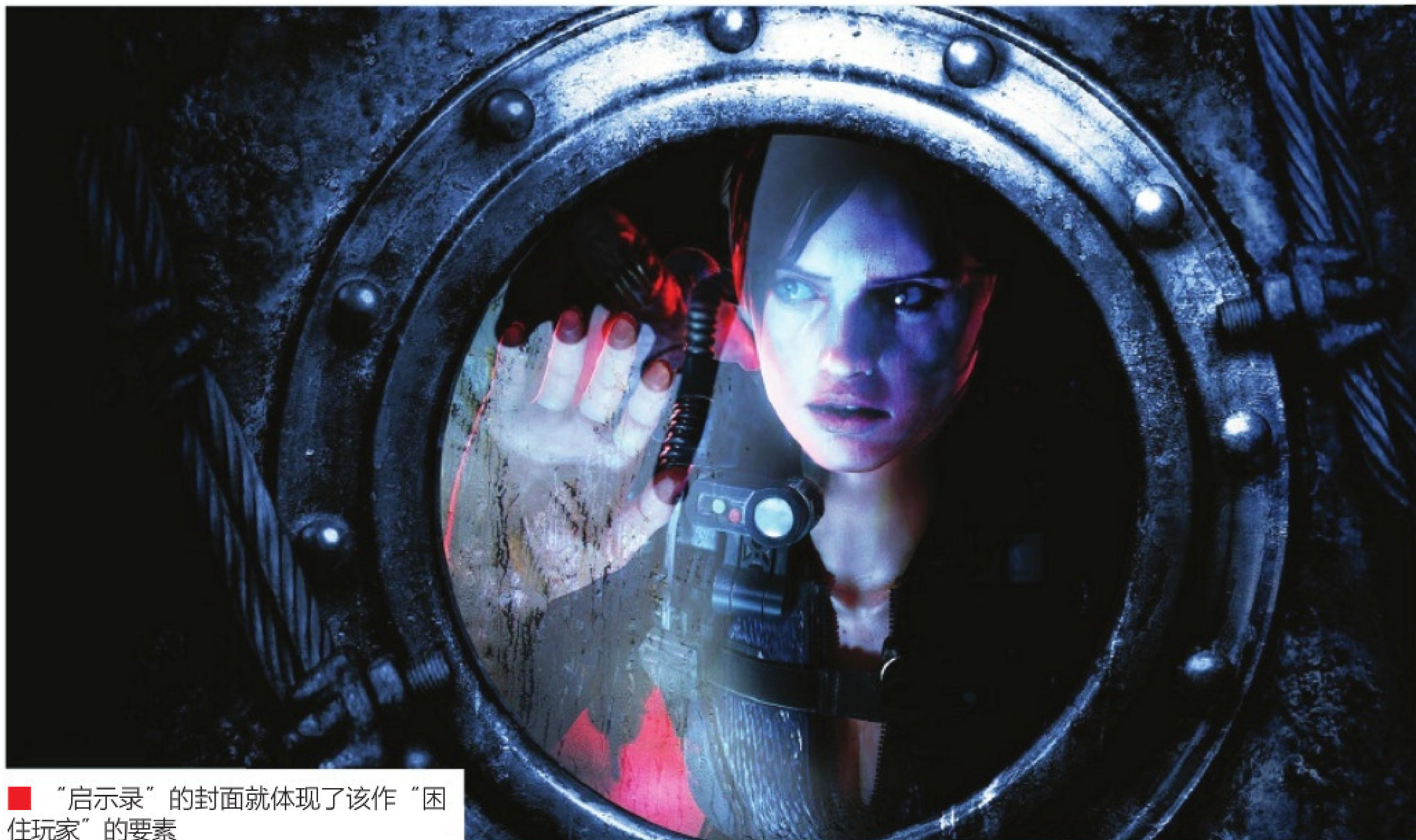
下左图 终于看到人工造物的痕迹啦，此时已经不能回头了……

下右图 有些场景乍看之下很有象征意味，但多数也仅仅是停留在表面形式上罢了

■北京 木然

恐怖分界

假设一款游戏的世界观是妖魔横行人类灭绝的末世，作为一位幸存者，如果你手上有刀/剑，好，这就是一款动作游戏；手上有枪，这就是一款射击游戏；手上有权，这就是一款战略游戏或I社出品的单手操作游戏；手上啥都没有，那只能是恐怖游戏了。说到底，进入游戏后，玩家最害怕的还是手上没家伙；只要有家伙，就算是龙傲天我也杀给你看。



■ “启示录”的封面就体现了该作“困住玩家”的要素

这大概可以解释为什么2013年的《逃生》击败了《失忆症：猪猡的机器》成为玩家当年最恐怖的记忆：幽暗的空间、狭隘的视野、压抑的氛围、再加上手无寸铁，遇到敌人只能跑。单从恐怖感的来源看，《逃生》和《生化危机》初代走的路子有点相似，即步步为营的提心吊胆，以及战斗力不足带来的焦虑。当然，“生化”更“人道”一些，不但给玩家枪，还有神器般的求生小刀——不同于《逃生》，生化是有战斗部分的，只不过设计战斗不是给玩家壮胆，而是为了带来更大的心理压力。但后续作品却违背初衷，走上了“大片”的道路——

以《生化危机：启示录》为分界，系列两大派系由此而来。

“看不见”

作为系列奠基作，《生化危机初代》被认为不仅是“生化”的鼻祖，还开了“生存恐怖”游戏之先河。在那个3D技术不那么发达的年代，它用第三人称固定视角最大限度展现了一个气氛诡谲的洋馆，又在最小范围内限制了玩家的视野，通过变换镜头角度，加入日式恐怖片的分镜手法，带来一种截然不同的游戏体验：也许你听得到丧尸的呻吟，但你看不到它们在哪里，或许就埋伏在下一个拐角，或许就在你面前——洋馆的设计其实已经告诉我们，“生化”系列并不适合开放场景，封闭空间造成的视野盲区是恐怖感的重要来源之一。就算到了2和3代，舞台换成了更大的浣熊市，户外活动的比例也远低于室内部分，玩家们依然穿行在各种狭小的场景中，跟令人发狂的视角作斗争。

但是到了4代，老玩家们普遍觉得，这个“生化”的口味不对。先是视角从第三人称固定变成了第三人称过肩，从此想看哪里看哪里，三上再也不用担心我找不到敌人了。其次场景也变得开阔了，游戏一开始就有个小镇级别的地图供玩家探索，再到后面的古堡、遗迹、石油平台，哪怕外面是雾霾沉沉，也比下水道什么的轻松太多了。这么一搞，“生化”的恐怖气氛锐减，从棺材铺直接转移到乱葬岗，虽然环境还是很糟糕，但起码没那么压抑了。

5代和6代就不评价了，那是“使命召唤”的生化DLC，还是说说“启示录”吧。时隔多年，卡普空终于在“启示录”上找回了当初做“生化”的感觉：虽然没有放弃过肩视角，但游轮上狭隘的空间和昏暗的

光线几乎就是洋馆的复刻，而且设计地图时又最大限度地利用了遮挡物来设置陷阱，像通风管、书架、柜子、桌子、水面等，要的就是一个猝不及防和步步惊心，于是玩家们发现，“看不见”的恐惧又回来了，游戏风评也随之上升。

《启示录》被认为是“生化”回归原点之作，没错。不过就恐怖感这点，比起系列经典尤其是一代及复刻版还是弱了许多，而且其中穿插的其他故事线，虽然起到了补完剧情的作用，但对整体而言，却破坏了吉尔篇铺垫出的那种紧张压抑的气氛，特别是当吉尔被困水下危急万分的时候镜头一转，克里斯那边居然在上演上错船这种乌龙，你说不出戏可能吗。

“打不死”

这几年标榜恐怖的游戏很多，而且每个都把游戏里的怪物搞得那么凶神恶煞，结果一进去才发现原来玩家才是怪物，拿的都是冲锋狙击霰弹加特林这些大杀器，然后就变成了形同无双的超级系作品。很不幸，“生化”5和6都是其中的典型。老玩家纷纷表示很怀念那种只给一把手枪几发子弹外加一把小刀，只能绕着僵尸走的模式，自虐吗？不，那才是真正的恐怖。

限制玩家战斗力的设定其来有自。“零”系列的妹子们就一台相机，消灭恶灵还得迎上去，非要在恶灵最狰狞的一刻冲脸拍照才能达到最大伤害；《寂静岭》里的怪物长得恶心就罢了生命力还极强，除了特殊情况主角一般不会跟它们刚正面，都是能躲则躲；《死亡空间》的主角尽管是个点满了科技天赋的技术宅，不过尸变体实在是凶残得没话说，一把切割器想在遍布威胁的外太空杀出生路还是很有难度的。

时至今日，初代《生化危机》还是可以被看作系列最接近真实的一代：洋馆的封闭环境决定了弹药量的稀少，始祖病毒的设定使丧尸难以被杀死，还有草药的分布，敌人的种类等，都可以在游戏里找到相对合理的解释。这种真实带来的效果是，当玩家们意识到游戏里的主角也只是个凡人时，面对打不死的敌人所产生的恐惧感就会成倍上升。到了一代复刻版，敌人还得到了加强，出现了狂暴丧尸这种设定，被杀死的丧尸“尸体”非但不会随玩家切换场景消失，甚至还会在游戏时间半小时后内原地满状态复活为狂暴丧尸，不但健步如飞（跟玩家跑步时的速度一样快）而且杀伤力倍增，除了咬人还会爪击。这样一来玩家的压力就更大了，面对敌人时杀与不杀也往往成为了两难抉择：杀，浪费子弹，半小时后再来一只强化版；不杀，留着这么个祸害，来回跑路还得随时提防着。“启示录”倒是没继承这种丧心病狂的设定，不过滴噬者的耐打实在是让人想砸键盘，再加上敌人死后不再掉落弹药，最高难度下的“启示录”是可以玩出“生化初代”的感觉的——当然，也只是形似而已。蓄力体术+狙击枪的玩法依然很无双，说到底，卡普空还是担心玩家打枪打不爽，想找个理由让他们倾泄子弹罢了。

“逃不掉”

“逃生”是“生化”系列一开始的主题，包括0代的Umbrella干部养成所、1代的洋馆、2和3代的浣







上图 “生化”的后续作品在“大场面”上已经和电影达成了一致

下左图 继《维罗妮卡》后克莱尔又准备在《启示录2》中大玩“密室监禁”

下右图 《启示录》在某种意义上挽救了“生化”这个系列

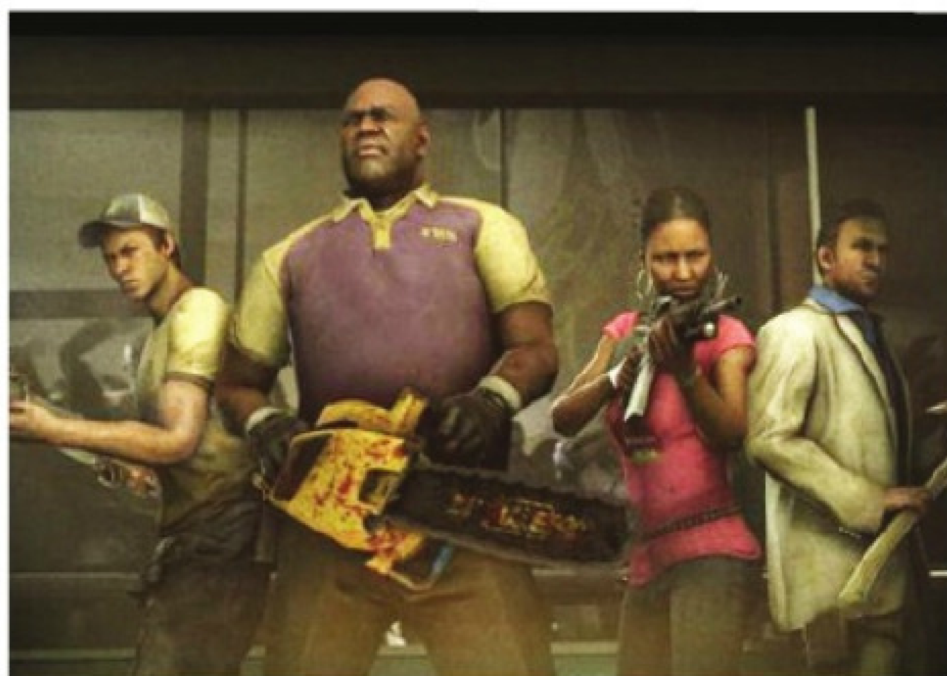
熊市、维罗妮卡的监狱岛，还有9月初公布的“启示录2”，高龄回归的克莱尔也即将“二进宫”了。这些作品的特点是游戏开始后，玩家并没有一个特别清晰的目标，只有遵循求生本能，想尽办法从一个危险的地方逃出去，在这个过程中慢慢化解危机破解谜团，发掘真相，最后搞定BOSS搭上最后一班车/机离开寂静岭，啊不对，反正就是一个再也不想也不能回来的所在。

这种故事舞台一般具有以下特征：第一，主角均非自愿进入并滞留当地；第二，任何交通工具都是进去容易出来难，尤其是直升机这种高危载具除了结局待遇特殊之外，其他的几乎都是来一架坠一架，来两架摔一双；第三，主角的活动范围不会太大，就算换地图跨度也就几站路（好吧《代号维罗妮卡》是个例外）。

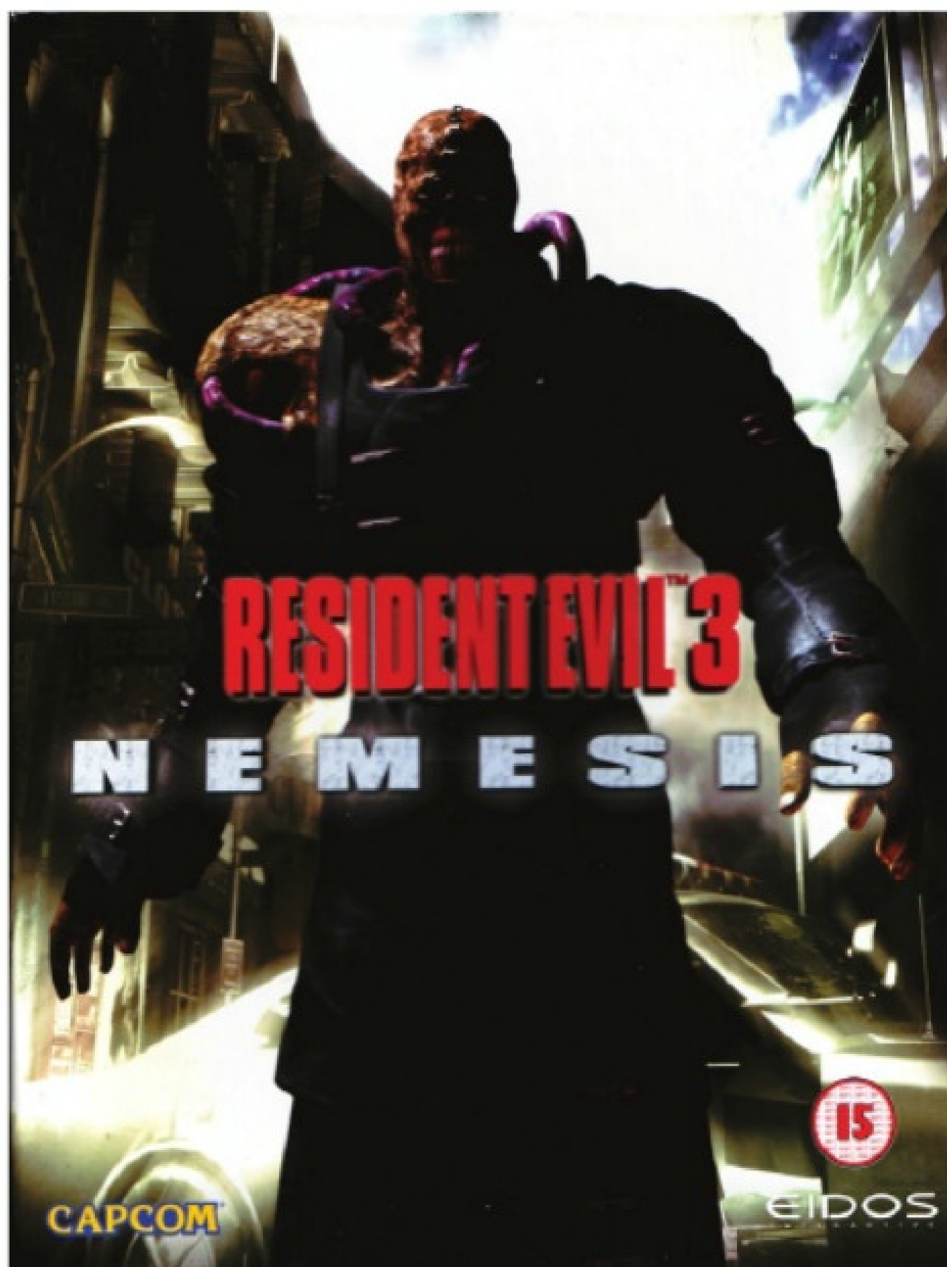
和许多看完开头就能猜到结局的游戏相比，“逃生”主题最大程度上保留了故事悬念，虽然逃出去是最终目的，但主角在机缘巧合下肯定会“顺便”发现不少秘密、摧毁不少阴谋。再者剧情为主线服务，先前玩家所做的任何逃出所在地的尝试注定以失败告终，挫折感的累积有利于制造出绝望的气氛。最后根据生化病毒的一贯传统，玩家在爆发地滞留得越久，感染者就进化得越厉害，面对越来越棘手的敌人，逃出去的愿望就越发迫切——这种情况下加入一个穷追不舍的BOSS对压迫感的提升很有帮助，如2代的Mr.X（穿绿色风衣的暴君改良型）和3代的追踪者，每死一次都会以更强的状态回归，堪称BOSS中的劳模。在流程中无论做什么都得担心那个紧追不放的“粉丝”，这种无时无刻不存在的压力，是每一个老“生化”玩家难以忘却的记忆。

“启示录”的舞台是一艘失去动力和联系的海上游轮，这个设定非常符合“生化”的传统定位，满载怪物的游轮更是让人想起了经典灾难恐怖片《极度深寒》。登上游轮的吉尔和帕克转眼间就从施救者变成了被困者，游戏也无缝切换到逃生主题，开启了以求救和解谜为主的任务主线。如果不是为了讲完“启示录”的前因后果而采用了多线叙事，光游轮部分就可以做成一款纯生存恐怖游戏了。很可惜，吉尔篇的比重被其他故事线严重稀释，到最后甚至又开始了“突突突”。这也是为什么当我看到“启示录2”的消息时，心里想的首先就是克里斯千万别出现，最好里昂也别出现，把“启示录2”的监狱岛做成一个人间炼狱，除了俩女主没有活人那种——这才符合恐怖的定义，这才是真正的生化危机。P


狂暴丧尸的设计简直就是不给活路




每次遇到水鬼都让人头皮发麻

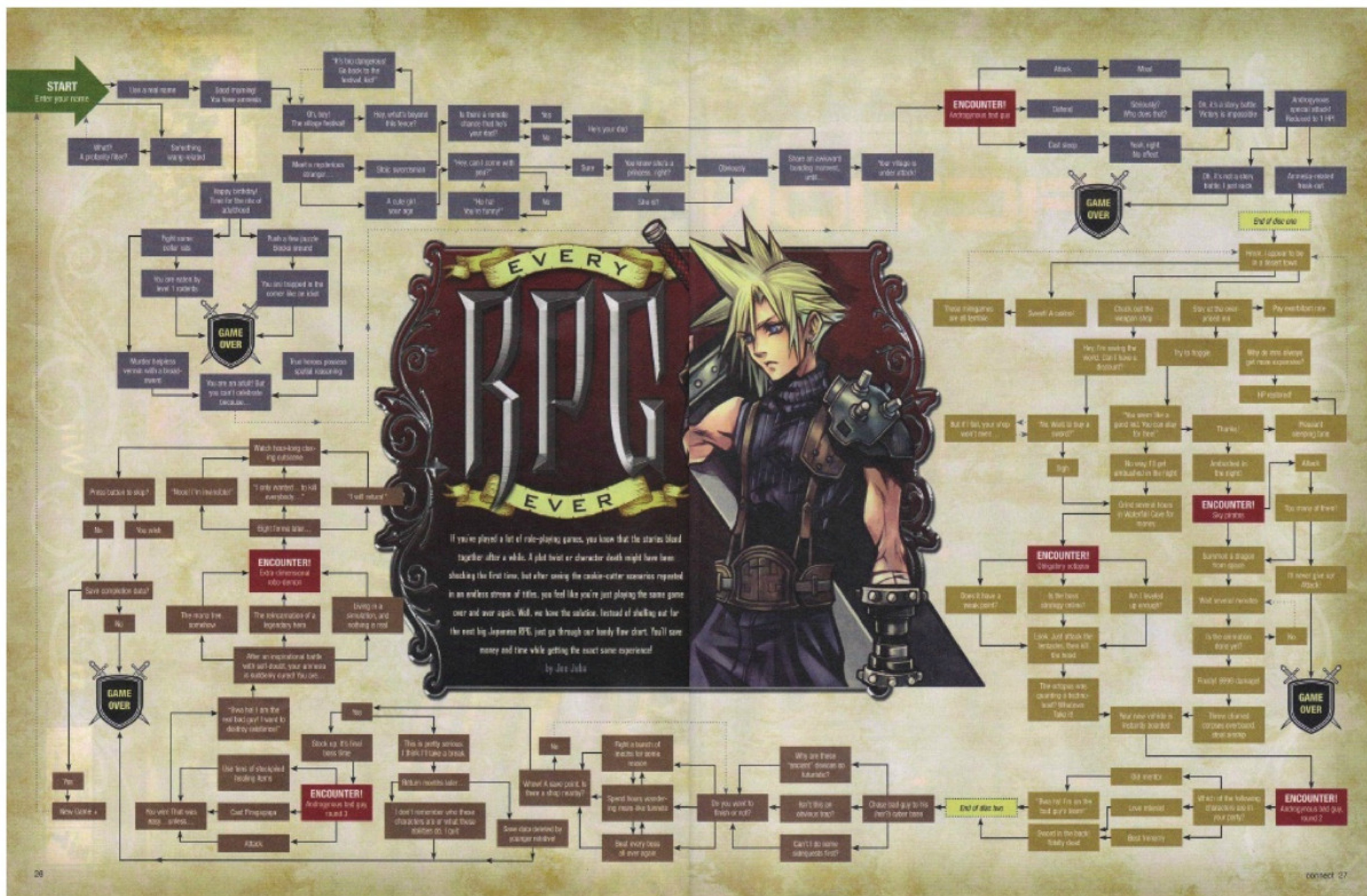


右上图 《求生之路》？这游戏应该叫《猎尸小分队》

右下图 《生化危机3》是系列将“逃生”要素发挥得最彻底的

公平性与角色扮演

谈谈游戏收费模式那些事



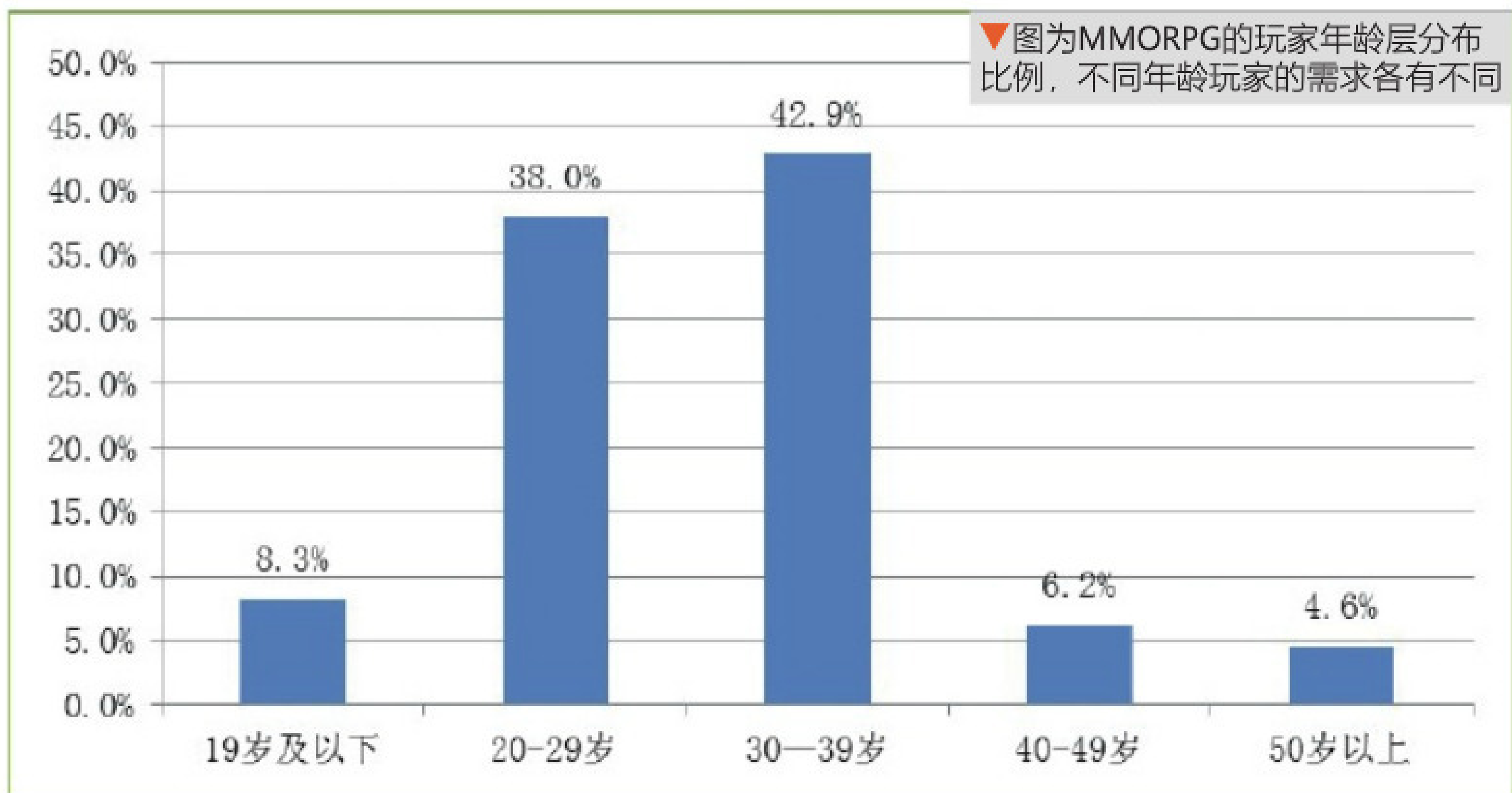
■上海 wildgun

时间收费与道具收费，孰优孰劣？抛开道德绑架不谈，让本文从不同角度为我们解读时间与道具这对冤家的爱恨情仇。

时间收费与道具收费是两种经历多年而成熟的网络游戏收费模式。道具收费略晚于时间收费模式出现，现在却是最为普遍的一种收费模式，不过时间收费模式并不过时，像是暴雪公司的大作《魔兽世界》，以及近期盛大游戏引进的株式会社史克威尔艾尼克斯《最终幻想14》都是时间收费模式，时间收费在无形中似乎有了〞高端大气上档次〞及〞对游戏内容有信心〞的象征意义。

我以前热衷的一款网络游戏是《魔力宝贝》，说来也巧，这款拥有十年以上运行时间的游戏到现在依然低调运行着，并且它是一款先后提供了时间收费与道具收费两种模式的网络游戏。曾经我也考虑并比较过两种收费模式，我思考的方向大致有两点：一个是公平问题，另一个是角色扮演问题。

要说明的是，这些都只是我自己的思考角度，思路不一定完备，逻辑也不一定正确。写下此文权当讨论。



▼图为MMORPG的玩家年龄层分布比例，不同年龄玩家的需求各有不同

公平

公平往往是时间收费玩家最注重的问题，玩家往往把公平作为时间收费优于道具收费的理由。事实上我认为这是不成立的，因为前者并不比后者公平。时间与金钱是人的两种资源，用一分就少一分，具有相似的性质。或许有人会说每个人都有24小时因此它是天生公平的资源，而钱却因家境、工作、生活环境差异而千差万别造成了不公平。事实上，游戏玩家应该都不是生活在深山老林里的独居原始人，因此玩家们的时间也具有社会属性。学生时间多（特别是寒暑假时），上班族时间少，要带孩子的新手爸妈们时间更稀缺，这是通常的状况。学生放假可以连夜通宵，但上班族忙碌起来可能连上游戏的时间也没有。正是如此，所以时间并不比金钱公平，就算是“人人天生24小时”也会因为社会身份不同而导致每个人的时间或稀缺或充裕，由此可见“公平”难以说是时间收费比之于道具收费的优点。倒不如说是为了迎合不同现状与不同需求玩家们的喜好，才设计出两种倾向不同的收费模式。

角色扮演

再来说说角色扮演。我这里指的角色扮演，并不是像单机游戏那样的角色扮演游戏，而是指桌面角色扮演游戏（TRPG）的那种角色扮演。具体的游戏方式本文中就不详细展开了，相信往期的《大众软件》也应该有提到过。简而言之TRPG的游戏理念是“让游戏世界像世界，让角色像活在那个世界中的人”。

我对网络游戏的最高理想就是玩家们都能够秉承角色扮演精神而进行游戏，玩家们在进行游戏时，都是以角色的身份在对话与行动，而不是以玩家的身份在交流。玩家通过自己角色所谈论的内容应该不涉及现实世界的时事新闻、当天的股票行情、游戏的Bug或是技能菜单、甚至是玩家等级这些属于游戏系统（而非属于游戏世界）的概念。概括来说，“游戏里的世界（故事世界）”与“游戏外的世界（现实世界）”是隔离的，游戏里的世界不应当知道外面的世界。

我曾经以这样的理想与理念来思考网络游戏的收费问题，从这个角度来看，道具收费就是游戏外的元素（人民币）进入了游戏内的世界，这对于角色扮演理念来说是一种违背。一个良好的角色扮演游戏中应当只出现属于游戏世界内的元素。

网游的角色扮演土壤

那么，网络游戏世界是一个能够提供良好的角色扮演条件的世界吗？现在想想，其实我的这个假设是错的。先不说玩家有没有角色扮演的意识与习惯，就从游戏系统本身来说，它也并不能提供一个良好的角色扮演游戏的环境。

一个良好的角色扮演游戏世界应当是自由和写实的。各种各样的玩家被吸引到游戏中来，扮演各种不同性格、身份的角色。例如，有的玩家喜欢战斗，那么他扮演的角色可能就是一个热衷于参加探险的角色；有的玩家喜欢画面，那么他就倾向于扮演一个爱好到处游玩的角色。也有热衷于社交的、热衷于创作的、热衷于研究的……等等，这些玩家所扮演的角色也各有不同，其角色的行动、诉求、乐趣都是大相径庭的。

但是网络游戏毕竟只是一套程序，只有有限选项，因此也只能有限获取报酬或奖励，这些途径通常就是战斗（野外、副本、PVP）、或者生产交易（采集、制造）。玩家角色的成长只会体现在这些方面——战斗获胜了有金币、有装备、有经验；生产交易了有金币、有技能经验、有制造成品。然而这些成长途径相对于不同玩家角色的不同扮演乐趣来说是极其狭窄的——为什么一个能言善辩的玩家角色不能通过与Boss交涉而避免一场战斗并由此获胜呢？为什么一个喜好音乐的玩家角色不能通过在大城市举行一场演奏会来赚取金币呢？为什么一个喜欢观察和研究的玩家角色不



▲“没关系的司令官，不是还有那魔法的卡片吗！”这段话虽然是角色在引导玩家使用信用卡，但却用了“魔法的卡片”这样的称呼，显得合情合理，亦符合角色扮演精神



▲《激战2》采用买断制，以“公平游戏”为口号


▲《剑网3》是少数坚持时间收费的国产网游


▲《魔兽世界》的考古满足了不少玩家的探索欲，不过它的许多奖励都只有纪念意义


▲《最终幻想14》公测后采用时间收费，显示出运营方对游戏品牌的信心

能通过对游戏内一些石碑图腾的考古发现而赚得声望呢？或许以上这些想法对于如今的网络游戏系统来说都是天方夜谭。然而它却指出了一个事实：网络游戏吸引了众多不同兴趣的玩家来建立自己的角色，却不能给玩家提供一个舞台很好地扮演自己的角色，发挥自己的兴趣与特长，这是因为游戏系统把角色的成长与收益死死地限制在了战斗与生产交易这两条途径上。

由此看来，目前的网络游戏并不是一个良好的角色扮演平台，因为它没有自由的扮演与成长空间。因此我也不再以角色扮演理念所要求的游戏里外世界隔离来反对道具收费。正相反，我因为对网络游戏角色扮演的思考，而开始支持道具收费了。

道具收费

如上所述，目前网络游戏内容多是以战斗为主，以生产制造交易为辅，玩家角色的成长评价体系基本上只有这两条路（偶尔能见到网络游戏在社交方面有评价体系的，例如玩家加了一定数量的好友，能获得一个成就之类）。那么，不擅长战斗和制造，或者说兴趣点以及关注点不在战斗以及生产制造上的玩家，应该怎样汲取游戏乐趣呢？当然我知道有所谓的六字箴言“爱玩玩不玩滚”，但这不是友善的交流态度，因此不在本文讨论之列。

除了喜欢刷副本、喜欢做任务与喜欢PVP战斗的玩家之外，还有许多不同兴趣类型的玩家，我们通常俗称的有：风景党、截图党、视频党、剧情党、考据党、数据党、时装党、收集党等等……这些也可以认为是玩家们在游戏中不同倾向的轻度扮演。这些不同类型的玩家也都在各自的兴趣领域发挥着自身特长，甚至有些玩家还“钻得很深”。但是游戏系统本身并没有对应的评价体系，因此这些玩家们所付出的努力往往只能使自己感到满足，或是得到来自游戏外（比如游戏论坛里）其他玩家的赞赏。但在游戏系统本身，这些努力对于他们的角色成长却毫无助益——你的角色不会因为你截了一百张不同地点的漂亮风景图或是你理解了游戏故事的来龙去脉就一下子提高了战斗力吧？

那么，这些玩家及其角色应当如何去迎合游戏评价体系呢？我认为此时合理的道具收费就能作为一个良好的补充方式。

举个例子来说，一个热爱考古的玩家角色想要探索更远方更危险的大地上的部落图腾，他自身很弱，怎么办？在一个良好的角色扮演世界里，这位学者可以以自己已有的研究成果向王室或是向教会提出申请要求派遣随行护卫，那么即使这名学者的战斗力不强也没有关系，因为他可以以自己的研究成果来申请到其他组织提供的战力支援。在目前的网络游戏里却做不到这么自由和


▲网游中的角色扮演很难实现，玩家间无法形成扮演的默契


▲职业划分本来就体现了角色扮演精神，只是这种划分很粗放


▲如《剑灵》这样的游戏从捏人就已经开始“角色扮演”



▲老牌日系网游《魔力宝贝》，前几年日服已经停止运营，国服至今依然低调运营，时间收费与道具收费服务器并存


▲时间收费还是道具收费？在笔者看来两者都是个人资源，且都具有社会属性

便捷，因为如果游戏脚本里没有这个任务，你就根本不可能与王室或教会的NPC进行这项交涉。所以你只好硬着头皮前去冒险，或是自己无聊地刷副本刷到强力装备再去，又或是找其他高等级强力玩家帮带——但这些途径总归很被动。所以我希望在战斗、技术、副本、装备等游戏系统设定好的成长途径以外，还能有额外的补充途径，能够帮助不喜欢战斗刷副本刷装备的玩家同样能享受到他所关注的那些游戏乐趣——这个额外补充途径就是道具收费——购买战力、购买装备，或是付费降低难度通关。

说到这里，读者一定会想到道具收费“破坏平衡”的恶名。但这并不是本文要讨论的，甚至也不是我作为玩家要考虑的。我是玩家，我提出想法与需求，仅此而已。道具收费如何帮助不同类型的玩家在游戏中扮演自己的角色，收获各自的乐趣，而又不破坏玩家之间的平衡，这是需要运营商以自身经验与智慧来策划的，而不是我一个玩家要承担的考虑义务。

当然也不一定要道具收费，如果运营者能以游戏外的评价体系来反馈到游戏中，以满足不同兴趣玩家的乐趣需求，也是可以探讨的。比如当一个玩家在游戏论坛发布了他最新的探索成果，而得到了许多玩家的赞赏，同时运营公司又认为这项发现确实有趣，能促进玩家社区对游戏世界观本身的挖掘。进而在游戏中奖励那位探索型玩家，这也是积极的做法。但真有游戏公司会这么良心地奖励吗？

结语

说到最后，时间收费与道具收费并没有哪个比哪个更公平，而只是针对两种拥有不同资源（时间或是金钱）的玩家群体提供的不同收费形式，矛盾的本质依然在于游戏本身的设计。大部分游戏的评价成长体系相对于多样化的玩家群体来说是十分狭窄的，除了游戏系统已有的渠道以外，玩家们在其自身兴趣方向上的努力并不总是能在游戏中转化为角色成长或是得到反馈奖励。因此，如何吸引并满足不同兴趣类型的玩家是运营商需要考虑的问题，而合理的道具收费或许就是一条可行的补充途径。



▲单机中的“角色扮演”比较容易实现，因为所有NPC都会配合玩家的角色代入


▲网游世界的角色扮演或许只是乌托邦理想，那并非是道具收费之错



▲《魔兽世界》采用时间收费，与游戏内容相配合



2014年9月网游测试列表

名称	状态	开发	运营	测试时间
永恒世纪	公测	天高网络	天高网络	2014/9/3
圣斗士星矢	公测	完美世界	完美世界	2014/9/4
醉红楼	内测	厦门奇域	厦门网氏	2014/9/4
斗仙	公测	吉比特	雷霆游戏	2014/9/5
决战苍穹	内测	星移互动	风之云网络	2014/9/5
刀剑英雄	公测	像素软件	搜狐畅游	2014/9/5
大秦无双	封测	添翌网络	自由网络	2014/9/6
仙门	内侧	上海融游	自由网络	2014/9/6
悟空传	内测	上海笑游	蓝波万游戏	2014/9/11
灵魂回响	内测	Nvius	搜狐畅游	2014/9/12
命运之刃	公测	快乐时光	快乐时光	2014/9/12
三国演义	公测	泥巴网络	泥巴网络	2014/9/12
九天仙缘	内测	科宇畅游	科宇畅游	2014/9/13
风云传奇	内测	火龙网	迎龙网络	2014/9/14
格子RPG	内测	青瓷数码	吉比特	2014/9/17
暗黑之光	内测	颐博数码	颐博数码	2014/9/18
汉魂	内测	易当网络	易当网络	2014/9/19
赤壁之战	封测	珠海仟游	珠海仟游	2014/9/20
项羽	内测	远明科技	远明科技	2014/9/24
骑士之心	内测	Gni Soft	赤橙数娱	2014/9/26



月评

9月迎来开学季，小伙伴们都背着书包上学校去了，网游测试也变得冷清了不少。腾讯赶在8月底对旗下几款ChinaJoy期间力推的新作进行了小规模测试，到了9月份便进入了蛰伏期，基本没有太大的动作。一个月居然没有腾讯的新作客户端网游开展测试，怎么看都有点不科学。

相比腾讯在9月份的蓄势待发，搜狐畅游倒在这个月里推出了好几款游戏，算是兑现其在端游方向的战略方针。其中《灵魂回响》由韩国公司开发，又是一款萌系风格的大型网游，畅游选择游戏的方向越来越宅向，真让人怀疑是有二次元卧底潜入畅游内部才让它代理了这么多“萌萌哒”作品。

总体上说，9月传统巨头们没有特别抢眼的游戏测试表现，一大批多次测试的老面孔占据了测评榜单的大部分位置。不过在这其中，由台湾智冠开发的《真古龙群侠传OL》也许稍显突出，虽然游戏本身并没有特别之处，但比起国内一批山寨手游，毕竟这是拥有正式授权的古龙网游。如果古龙先生健在，不知道现在会不会同金庸老师一样，四处奔波忙于打击侵权呢。



▲《真古龙群侠传OL》里有降龙十八掌金庸老师你知道吗？

6

开发 S2 GAMES 运营 腾讯 状态 内测

超神英雄

谁来告诉我，腾讯代理这个游戏的真正目的是什么？这绝对是有阴谋啊。





超神英雄（HON）在MOBA类游戏中属于"前辈"级别的作品。从进入游戏的教程开始就能够感觉到这是一款针对DotA玩家人群而开发的游戏。游戏中的许多英雄与DotA中的英雄一一对应，DotA老玩家可以通过英雄的选择快速地上手游戏。游戏的画面比起War3的引擎自然提高不少，许多细节都得到了优化。不过最不能让人理解的是为什么有了《英雄联盟》的腾讯要代理这款游戏。从测试情况来看腾讯根本没有在这款游戏上花费资源，根本是最好让它早死早超生的节奏。

7

开发 像素软件 运营 腾讯 状态 内测

勇者大冒险

盗墓变得越来越不科学了，但这也好，免得现实中真有人靠游戏掌握特别的盗墓技巧。





作为像素软件的又一款力作，本作从背景世界观的设定到游戏系统的设计都带有许多特点。与现实世界（如中国、埃及等）相结合的背景设定让作品更接地气，也为将来游戏更新扩展留下了足够大的空间。而3D全景的战斗形式则让游戏摆脱传统的动作网游思路，这也是如今不少动作网游的设计思路，如果能够推广成功，或许可以接《地下城勇士》的班。游戏通过结合历史塑造各大关卡Boss是一大亮点，探索古墓这样的设定也足以吸引一批玩家，如果不是这个滥大街的游戏名字，大概我能对游戏留下更好印象。

6

开发 Mgame 运营 17Game 状态 封测

热血江湖2

经典续作不再有经典元素，把这看作是一个截然不同的游戏去体验吧。





《热血江湖》作为较早进入中国并实行道具收费的网游，曾经给许多老玩家留下了回忆。如今推出二代，游戏在画面与系统上都进行了大幅度的调整，已经完全成为另外一款游戏。2代进步最大的自然是画面，游戏全面步入3D时代，建立人物时搭载韩国游戏标配的捏人系统，游戏战斗系统也加入了更多的动作元素，不同职业的战斗方式并非千篇一律，而是依据职业各有特色，这些都算是游戏的亮点。最后不要忘记这是一款韩国漫画改编的网游，所以在剧情上也有看点，只不过与一代的联系真的很稀薄。

7

开发 游韧网络 运营 奕奕数字 状态 内测

热力赛车

作为页游达到这种程度的手感已经不错，多人游戏方面还需要更多优化。





以往在网页上的赛车类游戏总是做成数值管理型的“经营”游戏，本作最大的特点是你手里不再是一堆汽车卡片，而是可以真正开车跑路。本作的赛车并不是跑酷模式，吃了道具往前撞，而是传统意义上的赛车，加速、过弯道等等。虽然为了页游的流畅性，游戏在赛车细节上牺牲了很多，许多地方都是傻瓜式操作，但总体手感还是可以接受的。比较遗憾的就是，由于牺牲细节，游戏的竞技性被大大削弱，最终决定胜负还是看玩家手里有没有“人民币车”。恐怕这点正是游戏的致命伤。

7

开发 珠海乐趣 运营 91wan 状态 公测

枪魂

枪枪枪，当年也出现过这样创意不错的页游，模仿它的作品不在少数。





这并不是一款很新的页游，游戏的主要内容就是主角拿枪打僵尸，玩过后不由让人想到某个打僵尸手游，只不过本作没有那么多萌元素。游戏有两种职业，分别代表不同的发展方向，游戏主要内容也是推图过关。本作的优秀之处在于手感，作为一款具有射击元素的游戏，本作在射击、躲避与技能方面的优化还可以，至少可以在网页上实现比较流畅的射击与技能投放，这有赖于游戏运营已有一段时间，积累下了技术优势。不过游戏短板也很明显，那就是玩家互动少，互动少就意味着没有吸金点，权当单机玩吧。

5

开发 宸宇星 运营 0921 状态 封测

乱炖三国

三国人物亲如一家，PK打架抢地盘的事，就交给玩家们去干吧。





就如游戏名字一样，本作属于一款大杂烩式的游戏。三国题材的游戏总是以打黄巾军开场一路打杀过来。本作不走寻常路，在开场让玩家杀了几只野猪告诉玩家这是一款ARPG游戏之后，就开始满世界跑腿做任务，而任务NPC的女性比例奇高，做起任务来更像是在相亲。在游戏中，不同阵营的三国名人齐聚一堂互相八卦，连游戏阵营划分都不是传统的魏蜀吴，真可谓是名副其实的一锅乱炖。看来在本作里三国人物是可以亲如一家地度过闲适生活了，打架PK争地盘的事，就交给玩家们去干吧。



观点

分级制度并非万能：韩国禁止Facebook游戏背后

■北京 布鲁丝

8月底韩国传出一条新闻，称Facebook游戏在韩国被全面下架，原因据说是因为违反了韩国游戏管理委员会（GRAC）的相关规定。这样的新闻对我国玩家而言总是喜闻乐见，出现“欧巴们也要翻墙了：Facebook游戏在韩被禁”这样的新闻标题便是最好的证明。偶尔看到别的国家因为种种原因禁止游戏，总有一种不可名状的快感，这也算是我们特别的围观技巧之一。

先来看看韩国下架Facebook游戏的原因到底是什么。韩国对赌博类游戏一向都很重视，在韩国运营游戏必须经过韩国的游戏管理委员会对游戏进行分类评定，通过后才能正式在韩国运营。虽然在Facebook上登陆的游戏很多都是《糖果粉碎传奇》（Candy Crash Saga）一类的休闲游戏，但是也不乏许多“老虎机”类的赌博游戏混入其中。而Facebook的开放式平台能够让游戏公司绕过官方审查，自由地上架游戏。鉴于这种情况，韩国先是限制Facebook游戏的支付，在8月26日之后索性全面禁止了Facebook上的游戏，禁止的依据是去年年底通过的“游戏产业推广规范行动”，要针对休闲赌博游戏进行审核。这则解释听起来很拗口，但总结起来就是一句话：通过检查的游戏才能上线运营。

韩国游戏产业由于国家扶植发展很快，但伴随产业发展所带来的忧虑也与日俱增。早在七八年前，诸如“韩国夫妇通宵游戏忘记喂奶致婴儿死亡”之类的八卦新闻便不时传入我们的耳朵。玩游戏的人多了，许多社会问题不管三七二十一都被扣在游戏头上，在韩国有无数民间组织和高层官员对本国游戏的发展忧心忡忡，无时不想用道德的枷锁套住游戏这匹疯狂的野马，以免它突然暴走，毒害了韩国10万里江山4000万同胞。这种努力最为著名的案例就是于2007年开始在韩国实行的“网络实名认证”。这个制度的初衷很好理解，玩家使用真实的用户信息注册，一方面可以规范个人行为，防止肆意造谣与诽谤，另一方面也是出于保护玩家网游虚拟财产的考虑。然而5年之后的2012年，这项花费了韩国大笔财政支出的制度终因“违宪”而废止。虽然废止的官方理由是违背宪法，但深层的原因实际上是这项措施没有达到预期的效果，反而让韩国用户大量流失。尤其是Facebook、YouTube等无需实名认证的国际性社交平台吸走大量用户。继续实行这项政策等于是用行政的手掐死自己的本土企业，拿个“违宪”理由把它废止多少亡羊补牢。

所以说，Facebook并不是国外企业第一次在韩国被限制功能了。韩国的正义之士们从来都没有停止过拯救4000万同胞于游戏上瘾魔掌的努力。比如最近的一次新闻就是今年6月，韩国一些官员与专家忧心于游戏上瘾将会对国家带来灾难，于是开展专题讨论拟制定一部《游戏上瘾法》，将游戏上升到类似毒品与酒精的高度进行监管，看人家已经要把玩游戏跟吸毒划等号了，好在这是韩国人在折腾自己的国家。

如果说以上的故事还离我们比较远只是看个热闹，那么与中国玩家最接近的，也许要属韩国的防沉迷制度。韩国的防沉迷推行与它的实名认证制度同步展开。大家知道韩国实行的是游戏年龄分级制度，所以韩国的防沉迷是从防止未成年人盗用成人身份证开始的。后来韩国官员发现从外部检测玩家是否成年成本太高却效果甚微，基本起不到作用，便成立新的委员会讨论从游戏内部机制上去建立防沉迷机制。大家非常熟悉的“疲劳度系统”就是在这样的背景下诞生的。

许多大家熟悉的韩国游戏比如《地下城勇士》（DNF）《洛奇英雄传》都加载了类型不同的疲劳度系统。这个系统说白了就是设定一个数值随玩家进行游戏（比如下副本）而消耗，消耗殆尽之后便无法继续游戏。这样就等于从游戏内部机制上实现了让玩家“适度游戏”的要求。广大韩国游戏厂商为了应对国家要求也是蛮拼的，设想出疲劳度这样的概念可谓煞费苦心。

不过这样就有玩家要问了，中国并没有这样的规定，为什么这些韩国游戏的国服依然保留了疲劳度？其实这就叫无心插柳柳成荫。厂商很快发现设计出疲劳度这个概念之后是能靠它赚钱的。比如DNF开通相应的会员就可以得到额外的点数恢复疲劳度进行游戏。《洛奇英雄传》索性直接可以拿钱买金币消除疲劳度继续游戏。到了如今的手游时代疲劳度更是成为了大部分手游的标配。在这里真该感谢韩国对手游领域的这一贡献，在不花钱的前提下，如今大部分手游每日的累计游戏时间都在5小时以下，真的是为政府零成本地实现了防沉迷。

韩国一直在努力，所以我们从来不缺新闻看。许多的禁令总有美好的愿景，但达到的结果却总是千差万别。好在韩国人折腾的只是自己的国家，对我们来说只是看个热闹。其实最后只想补充一句，韩国禁止Facebook游戏，最高兴的肯定是入股kakao、CJ，收购PATI又代理了《糖果粉碎传奇》的腾讯。P



▲“Facebook游戏在韩国遭全面封杀：因未通过评级

新锐FPS竞技游戏小传

■北京 digmouse



FPS游戏在上世纪90年代末到本世纪的前几年曾占据电子竞技领域的中央舞台，拥有诸如Fatal1ty、HeatoN、Potti等一批家喻户晓的明星选手，也拥有这包括CPL在内的众多职业赛事。但随着CS1.5/1.6走入末期、《雷神之锤Ⅲ》和网络版《雷神之锤Live》因玩家群体不断缩水淡出主流视线、《虚幻竞技场》则因3代存在的诸多问题迅速从玩家视线中消失，这一波青黄不接让FPS游戏在职业电子竞技领域很长一段时期里缺少一部象征性的竞技作品。直至《反恐精英：全球攻势》发布和近两年Valve与开发商Hidden Path的不懈修正，才让全球的CS玩家重新集结到了一面大旗之下。

而如今的FPS竞技领域，除了CSGO这个当之无愧的王者之外，还有一些颇具潜力的新作与系列值得玩家和赛事组织关注。

《使命召唤》：变幻莫测的觊觎者

作为全球当之无愧的第一FPS品牌，《使命召唤》其实从未放弃过对电子竞技领域的试探。在2007年的《使命召唤4》开创了如今已经成为业界标准的升级和解锁式多人对战体系之后，针对其举办的赛事就开始出现，其著名的职业模式MOD一度被认为是史上最平衡的军事题材多人对战之一。

而到了《现代战争2》，动视开始正式将《使命召唤》推向主流电子竞技领域，MLG在其发售后不久就将其收纳为在线竞赛体系中的一个重要项目，而2011年动视在首届“Call of Duty XP”展会上举办了总奖金高达100万美元的《现代战争3》全球锦标赛，这项赛事则在后来衍生为了自2013年起每年一届，奖金均超百万的“《使命召唤》锦标赛”，每年均采用当前最新的《使命召唤》作为比赛项目，拥有相当高的赛事制作水平和收看指数。此外，从《黑色行动》开始，Treyarch和Infinity Ward也在逐步加强多人模式中对电子竞技相关功能的支持，回放模式、多视角观战、实时直播和音频解说等功能先后在两代《黑色行动》与去年的《幽灵》中加入，极大方便了赛事组织与直播方。

但根本上决定一款游戏的竞技潜力的并非这些与游戏性无关的周边功能，《使命召唤》尽管拥有相当高的综合制作水准和极高的销量，近年来其大多数作品的多人模式在平衡性和观赏性等领域的水平却参差不齐，IW的《现代战争3》存在严重的平衡性问题，例如九五式步枪近乎逆天的连发击杀效率花了IW近一个月之久才被削弱，去年仍然由他们操刀的《幽灵》尽管没有明显的平衡性等硬伤，过大的地图、过少的对战人数与过快的击杀时间（TTK，Time To Kill）严重影响了观赏性和竞技性，而Treyarch组的两代《黑色行动》的确拥有超高的可玩性和平衡度，但“使命召唤”系列一年一作的本质却让这种品质难以延续。今年的《先进战争》吸收了


《虚幻竞技场Ⅲ》画面出色，但多人对战存在相当多的基础问题

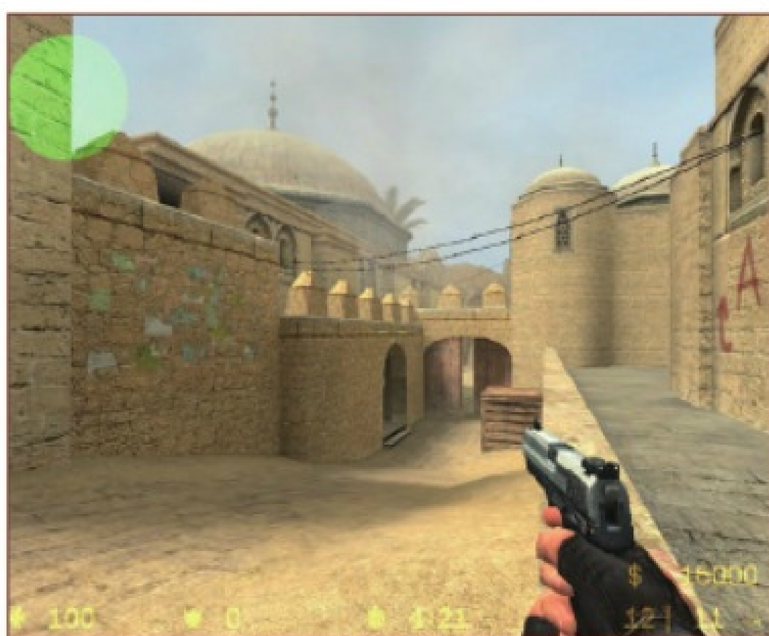
大量古典FPS在机动性和武器设置等方面的长处，或许会对步战为主的《使命召唤》多人模式带来一丝新鲜空气，但从科隆游戏展的试玩来看，本作的击杀时间仍然短的惊人，若上市时没有显著变化，恐怕这将是影响它的竞技吸引力与观赏度的重大缺憾。目前除了动视自家的《使命召唤》锦标赛之外，今后的MLG北美巡回赛也将包含《使命召唤》项目。

《光环》：王者归来的开始？

毋庸置疑，《光环》是现代主机FPS的鼻祖之一，也是Xbox Live对战平台辉煌的缔造者，《光环2》与《光环3》的对战热潮直到《使命召唤4》的出现才被打破。而近年来Bungie与接棒该系列的343工业在《光环：致远星》和《光环4》的多人模式中都犯下大错，前者的护甲能力设定打破了“光环”系列接近古典竞技场FPS的玩法传统，却又在很大程度上破坏了枪械、手雷与近战格斗三位一体的攻防体系，后者将疾跑常驻化并继续加强护甲技能的应用进一步让《光环》失去特色，其对战在线人数一路迅速下滑便是玩家给出的最好回答。

微软与343工业痛定思痛，在今年11月发售的《光环：士官长合集》中，他们将回到系列多人模式封神的《光环2》体系，《光环2周年纪念版》中使用《光环5》引擎复刻的全新多人模式彻底回到了2与3代的经典体系，加上1到3代原初多人模式在1080p60fps高清画面下的重新呈现，应该能够赢回《光环》系列玩家的青睐。而343工业在展望《光环5》时也表示，本作的多人模式也会回到系列主打古典竞技场式决斗的本源上来，赢得了玩家社区的好评。《光环》在MLG初创时期就是它的招牌比赛项目，在《士官长合集》公布后，MLG的CEO Sundance DiGiovanni也暗示接下来的MLG赛事将很可能重新迎回《光环》。在4代的失望之后，全新面目登场的“光环”系列应该会重新回到主流竞技的舞台上来。

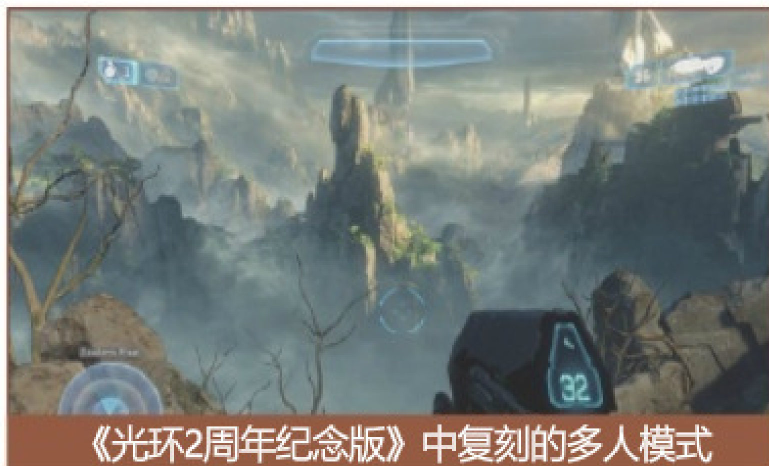
《虚幻竞技场》：浴火重生？


《反恐精英：起源》堪称CS史上最短命版本


《使命召唤》也是目前MLG的唯一FPS项目


2011年的“Call of Duty XP”是CoD史上第一次全球大型赛事


《泰坦降临》拥有多层次高质量的游戏性，但受困于内容的缺乏和竞技支持的不足


《光环2周年纪念版》中复刻的多人模式


《光环5》也将回到竞技场式FPS的轨道上来

在《虚幻竞技场3》令人失望的表现之后，“虚幻”系列沉寂了数年时间，此间Epic Games打造出“战争机器”，并让虚幻引擎3封神为第七世代市场占有率最大的第三方引擎，又因创意与技术枯竭大量流失人才与资源，虚幻引擎4至今没有大作，《战争机器》品牌也被微软买走。今年5月Epic突然宣布重启《虚幻竞技场》，全新的UT将采用虚幻引擎4开发，而商业模式则破天荒地采取了彻底免费的激进做法，游戏本体与Epic制作的所有官方游戏内容完全免费，盈利则依靠社区开发者制作的MOD、地图等内容，制作者可以选择销售自己的内容，Epic在销售收入中提成，这样的模式类似《DOTA 2》，其前景被开发社区和玩家一致看好。

错失机会的挑战者们

除此之外，还有一些在多人对战上投入极大，但因为各种原因在短期内都很难在主流竞技赛事中看到的作品：

《泰坦降临》：毋庸置疑，前IW老班底组成的Respawn工作室的新作有着极佳的血统，成品游戏对角色移动性能的创新改变让人耳目一新，泰坦机甲战斗则在高速的步兵战之上添加了一层古典FPS时的慢速决斗风范，两套风格迥异的体系，碰撞出了美妙的火花。但老IW并不以竞技底蕴见长，甚至可以说他们对此并不感兴趣，《使命召唤4》和《现代战争2》在这方面的支持都乏善可陈，《泰坦降临》也是如此，游戏发售时甚至没有私房系统，至今也没有成熟的观战模式，尽管这是一款极具观赏性和对抗性的游戏，底层支持的缺失让它的竞技圈恐怕只能停留在小圈子里了。

《战地4》：它的问题在于，它的基本游戏模式与竞技和观赏背道而驰，64人的大地图载具混战非常难以用直播镜头加以展示，在初期也有ESL在内的赛事组织举办过相关赛事，采用10v10纯步兵夺点等模式，但这又失去了这个系列引以为傲的最大特色，这种与竞技需求的直接冲突，让《战地4》也很难作为竞技项目存在下去。P

老谢的桌游开店随谈（07）

■上海 老谢（Cnfancy）

上期我们说了桌游开店最核心的问题——人才问题，但人才的关键在于培养，尤其是对开桌游吧这个新兴事物来说，所以本期接着讲人才培养的问题。

人力培养

主力店员、储备店长、代理店长的培养，是一家店持续发展的基础推动力。招个二十来岁的年轻人进来不难，难的是将他打磨成符合需要的合格战斗力。根据桌游店的实际情况，我们需要具有如下能力的员工。

基本业务技能

以桌游店来说，业务技能就是熟悉游戏，能把握顾客心态，进行适当的推荐、讲解，及时满足顾客需求，并有意识地主动体现自身服务价值。

无论店面大小，常用游戏至少几十款，全部通晓并灵活运用不是一朝一夕的事。哪怕是桌游爱好者，从普通玩家到专业人士的跨度也不是一点点。现在许多桌游店的招聘或者新人求职，“会五十款游戏”或者“会一百款游戏”都很常见。但如果不要求“即来即用，立刻上岗”的话，零基础也不是问题。新店开张只要会个一二十款就能顶过前两周，只要肯花心思，每天学会两三款，一个月下来也能学会五十款了。

我给外部店做开业培训时，一天8小时的高强度教学，基本上一周可以成型（基本知识和经营理念灌输），两到四周初步完成（必须掌握的开店游戏和基本服务技巧）。给自家店做内部培训时，因为游戏可以陆续慢慢学，一般一周之内就能开考，不过大多数学员都要考个两、三次才能及格。

我个人给新店员的考试内容很简单：拿出3款游戏，分别讲解一次。

第一款是最简单的反应、动作类游戏，如《德国心脏病》或《蟑螂沙拉》，要求短时间内教完，并且带动起游戏气氛。重点考验“简单、欢乐”，不是让玩家自己把游戏玩起来，而是让店员把玩家带起来。

第二款是经典的《卡坦岛》或者《卡卡颂》，中等复杂度。要求是清楚、明确的讲述规则，按部就班，带领玩家理解并投入到游戏中。重点考验“有条理的逻辑思维，有技巧的语言表达，灵活应对突发情况”。在这里，规则的正确与否并不重要——他们的规则都是我亲自教的，如果他们理解错误，那一定是我自己教的不够好，所以“规则错了算你对”。口齿清楚，讲述过程有张有弛，有节奏有笑点，重点部分有强调，才是最理想的表现。

第三款是考生自己最喜欢的自选游戏。既然是自己最喜欢的游戏，那么应该也是很乐意推荐给其他人的游戏，考核的重点是“在轻松的环境下，主动展现自己魅力”。当一个人全情投入到自己喜欢的事情上时，最容易看出他的个人能力发挥情况。此外，也因为这是考生自己挑选的最喜欢的游戏，如果发挥不好，绝对不能怪游戏不熟悉、老师没教好。

题目不算很难，但能全部完美通过的极少。大多数考生第一次都失败了，女学员几乎都会考到哭，这都是正常现象。要做到“简单游戏表现出欢乐性，复杂游戏让人觉得仿佛很简单”，通常至少要经过两周以上的实践练习，才能逐渐掌握技巧。如果一个月时间还无法掌握最基础的三款游戏，或许可以考虑换个别的岗位试试（试用期结束啦）。

对经营理念的理解和贯彻

相比业务技巧，如何贯彻店长的经营理念更重要，这关系到日常经营活动中的每处细节。以我自己为例，我的核心理念就是“提高店面形象，以适当的劳动最大限度体现服务价值”。用通俗的话来说，就是“让你觉得我的店很牛”和“我的一切辛劳都是‘为你’而做”。

经营理念的理解和贯彻，优先于一切业务活动。否则就像划错了方向的小艇，再怎么用力也不会靠近目的地。具体到店面，很多时候就只是一点点的差别，这里一点，那里一点，加起来就差很多。比如客人进门后如何打招呼，怎样为客人安排桌位，给客人推荐哪款游戏，怎么引导游戏氛围，如何让客人挑选饮料，甚至怎么打开电灯开关。

经营理念体现在经营过程中的种种抉择，比如新来的客人一坐下来就主动提出“老板拿盒《三国杀》来”，如果你的经营理念是“最低限度的劳动，尽量让客人自己解决”，自然就是马上递上一盒《三国杀》，然后期待他们“千万别来烦我，最好闷头玩，几个小时后结账走人”；而我的经营理念之一是“让顾客觉得我这家店很牛”，就可能会主动征询客人“以你们今天的人数，玩《三国杀》可能有点少，要不要试试以前没玩过的新游戏？”——这显然会增加我自己的工作量。

贯彻经营理念最重要的是“有意识”，有意识地主动去做这做那，并且有意识地表现出来。举个例子，新培训的店员在我这里要立刻学会的第一件事并不是游戏，而是客人进门时如何打招呼。音量大小、声调高低、语气用词，每个细节都要根据经营理念做出调整。“（高声响亮）您好，欢迎光临！”和“（低声柔和）您好，随便坐，饮料在厨房自取”就给人两种完全不同的感觉，没有哪一种更正确，只有哪一种更符合我想要的效果。同样的课题，我自己十几年前刚进服务业的时候也遇到过，我当时花了两天时间才总算找对感觉，期间对自己的智商产生了深刻的怀疑——活了二十年，赫然发现自己竟然“不会打招呼”，难道我笨到这种地步？！

服务业的服务意识

“服务意识”是一名合格店员的基本素质要求。这个话题说虚很玄虚，说实也很实在。从没做过服务业的人很难理解，认真做过几年服务业的人早已把它融为本能。比如“眼里有活儿”，比如“主动、热情”，比如“责任心”，还有许多细节上的小技巧。做好了轻轻松松让人印象深刻，做不好就是累死累活不挣钱。

服务意识最大问题的是动力。有意识，缺乏技巧，可以一点一滴学起来。懂技巧，缺动力，就跟没有技巧一个样。我个人的解决办法是“见钱眼开”，见到一帮客人走进店门，就仿佛看到一叠人民币摆在眼前，这就是个挑战，端看我自己有没有本事把它放进收银机。在这个人情冷漠、物欲横流的现代社会，“看在钱的份上”还真就是个不算丢脸的理由和动力，甚至比“爱与热情”之类更持久有效。

服务技巧的领悟

经营理念打头，服务意识推动，剩下的就是各种投机取巧的服务技巧。我举几个小例子——

开灯：傍晚时分，光线昏暗，要把电灯打开。你不去动开关，客人自己也会开，但这就没有“服务”了。有服务意识的员工会主动去帮客人开灯，而懂得经营理念的人才知道如何正确拨动开关！如果我只是走过去“啪”的一下把开关打开，对于客人来说就是“分内之事”，就是理所当然的——换句话说，就是一文不值的。但我的经营理念是“我的一切辛劳都是‘为你’而做”，因此我会多说一句“您好，现在天色暗了，我帮您把电灯打开吧”，甚至再补充一句“有什么事可以随时叫我”。

倒水：当我看到客人端着个空杯子从包厢里走出来，如果不管不顾，装没看见（期待其他同事处理），几秒钟之后客人就会高呼“服务员，加水”，此时无论我或同事们再怎么做，都只是“分内之事”——理所当然，一文不值。但如果我此时主动迎上去，“您好，需要加水是吧？饮水机在这里，左边是热水，刚烧开的，小心别烫到”——你会发现我主动为客人提供了“服务”，但实际添水的是他自己！

哄开心：巡店时观察客人动态，发现某桌游戏已到中局发展阶段。如果只是看到客人们玩得很投入，也没什么规则疑问，走过去就过去了。而我希望能借此“提高自己店内的个人形象”，可以路过时多看几秒钟，然后指着其中一位形势较好的说：“这里……某人发展得很不错么”。客人自己当然知道自己发展得不错，但大家都在局中，他发展得好就意味着别人发展的不够快，此时说别人发展好的唯一目的，只可能是号召大家优先打击领先者。当他需要一句来自旁观者的真正的赞美时，我们为何不趁机扮演这样的角色呢。随后安抚一下其它落后者：“虽然你目前发展不太顺，但如果那个位置如果抢先拿到，还是有希望的！”客人或许会说：“嗯，我也是这么想。”他是否成功不重要，重要的是你帮了他——虽然其实那策略他可能自己也知道，但借你的口说出来，他也会多一些信心。

“一切都是朕赏你的”：店内做活动，满XX元送全家桶。外卖送到了，简单的做法是直接手一指“送到那边”，事情就完了——对于客人来说，我消费参加活动，任何优惠都是理所当然的，你送的东西再好，也是我自己的事。卖人情的做法是主动把东西接过来，亲自送到客人面前，“刚才大家不是参与了优惠活动么？看，东西已经送到了，希望大家吃得开心！一会儿吃完了可以叫我们一声，我帮大家把垃圾收走。”东西给出去就只是给出去，想要真正达到效果，就得强调“这些好处都是‘我给你的’。我告诉你有这个活动，你才知道。我拿过来给你，你才有的吃。”

顾客是上帝：如今这年头，是个人都会说“顾客是上帝”。可如果顾客真的是上帝，你什么时候见过上帝买东西还要付账的？所谓“顾客是上帝”，真照此办理会把自己累死。但是不办又不行，总不能得罪顾客嘛，解决之路在于“让顾客以为他自己是上帝，但请按我的方式办”！选择权看似在顾客，其实在我，这一点很重要！既不得罪客人，又不给自己找麻烦，要诀就是诱导客户思路，不要问“要不要吃包子”，直接问“要吃肉包子还是菜包子”，诱使而不是强制客人按照我的想法做，只能选择我想要推荐给他们的结果。

关于这类专业桌游服务技巧，有机会可专文论述，此处受篇幅限制，暂且略过。

顾客心态把握

除了一般服务业的通用准则外，桌游店顾客有许多独特的心态特点。我对此“经验丰富”，说白了就是“吃过很多苦头，走过很多弯路，受了很多教训，也学了很多别人的方式方法，最后总结出来的有效手段”。可以毫不夸张地说，每一处要点，我都能举出一个具体事例来证明，每一条技巧，都已经有人先替你交过学费，都是用真金白银和客户声誉换来的血泪教训，此处受篇幅限制，以后有机会可以专文介绍。

自我提升

好士兵未必总想着当将军，但“人没有理想跟咸鱼有什么区别”？也许今天我做为一名桌游讲解员很称职，但无论做的再好，难道十年以后还要站在同一张桌前教人投骰子选颜色？这说明自己十年来完全没进步啊！

理想不同于画大饼，不用别人说得天花乱坠，重要的是知道自己真正想要什么。以现在的桌游市场，会投入这个行业，从一名小店员开始做起的，多多少少都是爱玩游戏，想要以自己喜欢的东西挣口饭吃。桌游富含娱乐与智慧，纯粹只是玩玩乐乐，未免有点儿浪费。无论是游戏设计、自己开店、锻炼口才甚至只是找机会泡妞儿，通过这个行业都有很多机会自我提升。有游戏本身作为动力，学习、锻炼也不那么枯燥乏味了。

当你的店员随便拉一个出去都是个合格店长的时候，还怕你的连锁店开不起来么？P

从《炉石传说》到万智牌

■北京 木然

文章的题目，可能会让人产生疑惑，《炉石传说》和万智牌并没有太多直接的联系（“炉石”和已经停止出新版的魔兽TCG，倒是有一丝丝联系），后者作为集换式卡牌对战游戏的始祖，至今已有20年历史，在全世界约有2000万玩家，每年所举办比赛的总奖金超过400万美元。而《炉石传说》则是名副其实的新贵，一面世就吸引了足够的眼球，OGN中国选手的夺冠再加上近期冒险模式的开启，网上开始弥漫起一股“炉石”风潮。

其实在笔者看来，“炉石”和万智牌最大的区别是“炉石”没有实体牌。本文的立意，只想通过对比阐释虚拟TCG与实体TCG的区别与联系，给有意玩“炉石”的万智牌玩家和有意玩万智牌的“炉石”玩家一个互相了解的渠道，也同时也给大家提个醒：卡牌游戏不分新旧贵贱，娱乐和竞技是唯二的标准，和谐讨论，理性思考。

基本规则比较

作为网络游戏，“炉石”面对新手时已具备了得天独厚的优势。简单易懂的规则和基础卡牌的配置，即使是一个不怎么接触该类游戏的新手也能在打通教学关卡后大致了解游戏机制。相对而言，万智牌的上手就困难多了，虽然熟悉基本的玩法不难，但详细的规则说明却有八十多页，主要是各种法术异能瞬间的规则详细解释，新人就算看完也会有许多疑问，如果没有老司机带，光靠自己摸索的话，那真不知得被吊打多少回才能上路了。

先来谈谈费用方面，炉石的法力水晶和万智牌的法术力最大的区别在于：法力水晶每回合自动添加一格，而万智牌的法术力靠地牌产生，所以在万智牌的牌组中需要配备一定数量的地牌。这个设计直接影响卡组构筑与抽牌效果，运气不好就会出现“卡地”（摸不到地，费用不足）与“爆地”（没有其他牌）的局面。

费用对游戏节奏的影响是巨大的，并由此衍生出抢节奏的打法，但是比起“炉石”，由于地牌的存在，万智牌对节奏的不可控性相对更多，卡地或者爆地都会对游戏者套牌思路的顺利实施造成影响，使其在对战中处在被压制的状态。这其中固然存在“看脸”的因素，但对于地牌的掌握也是成为一名万智高手的必修课。

再看战斗方面，炉石继承了魔兽TCG的“自由攻击”规则，仆从之间可以相互攻击，可以在没有嘲讽随从的情况下直接打脸，英雄在装备武器后也可以参与进攻，而在万智牌中，玩家所扮演的“旅法师”无法攻击，只能指挥手下冲脸，而防守的一方可以选择用随从阻挡或不阻挡。而且伤害结算也有所不同，炉石仆从在受到伤害后，消失的血量不会恢复；万智牌恰相反，战斗结束后只要生物未死，下回合就会回到满血状态。不同的结算方式导致了不同的战斗策略，炉石中可以用大量的低费随从换掉对方的大哥，但万智牌就不行，因为不仅这回合打掉的血量会恢复，对手也可以选择不阻挡你的攻击以避免生物被“人海战术”一波带走。

“旅法师”虽然不能亲身陷阵，但手上还有法术、神器、结界、瞬间这些不同类型的卡牌可以使用。神器如其名，是万智牌中神奇的存在，它既可以产生法术力，作为辅助法术力源存在，也可以给生物提供攻防加成或者其他类别的保护。神器中的武具还可以直接给生物装备。

和神器一样，结界也是常驻场上的“永久物”，进场之后提供一个类似光环的效果，很多结界可以结附于生物，一般情况下，结附于生物的结界会随着生物的死亡进入墓地的。

瞬间，是万智牌中最接近炉石“奥秘”牌的存在，和奥秘一样，瞬间的使用多为回合外操作。无论是否在你的回合里，只要场上还有多余的法术力，就可以在任何时候发动瞬间（有点像是不需要触发条件的奥秘）。由于不需要触发条件，发动瞬间的时机更需要慎重考虑。

当瞬间和其他瞬间或法术撞在一起时，必须有一个规则来确定先后顺序，这里要引入一个“堆栈”的概念：堆栈即所谓“先入后出”，多张瞬间牌按先后顺序由下到上堆叠，结算时从堆叠最上方开始。比如在对手回合，他用一个10/10带践踏的生物冲脸，而我没有生物可以阻挡，于是打出一张瞬间“反召唤”，让他的生物回到手牌中，他打出一张瞬间CouterSpell（法术反制，简称“康”），打断了我的“反召唤”，让该生物继续攻击，这时候我再打出一张“康”，打断了刚才的“康”，于是“反召唤”依然生效，该生物回到手牌中，我成功存活。所以当堆栈不为空时，后手永远比先手有利。

“炉石”中也有类似“堆栈”的设计。当相同条件的奥秘被触发时，生效顺序刚好与万智牌相反，即“先入先出”。换句话说，“炉石”的“堆栈”其实是伪堆栈，而且奥秘触发时，参与结算的永远只有对手的牌（己方奥秘在己方回合无法触发）。和万智牌相比，“炉石”在己方回合受到的干扰更少，复杂程度也因而降低了许多。

战术与思路

“炉石”目前比较流行的几套牌组，如动物园、大王术、咆哮德、奇迹贼、随从贼、土豪战等等，其中一部分是以某张核心卡作为基础，另一部分则是以大量具有相同特点的随从以及对应的功能牌组成。每个牌组的具体情况会根据天梯环境和版本更新而有所调整，但其核心思路只有一个：在最适合自己的节奏打出王牌（或者组合牌），占据主导权，让比赛迅速进入到对自己有利的局面。所以“炉石”中的僵持阶段一旦被打破，形势就很有可能进入一边倒的状态——劣势方通常会被解场弄得焦头烂额，除非神抽，否则很难有翻盘的机会。

需要注意的是，“炉石”中并没有“墓地”的概念，本

回合由于各种原因挂掉的随从如果不马上想办法抢救，那么到下回合是绝对没办法重生的，不像万智牌，消失的生物有两种归处，一是墓地，二是“放逐区”。被放逐的生物就和“炉石”被杀死的随从一样，被永远逐出了本轮牌局，没有特殊情况的话很难救回来，而进入墓地的生物，通过法术、瞬间等效果仍有机会回到场上。这就给万智牌的对战增添了一些不确定因素，因为利用墓地的方法实在是太多了。

和墓地有关的卡牌，给炫技、秀操作、残局反杀提供了更多的可能，也让“旅法师”必须时刻注意那块看似沉寂的区域，并尽可能地放逐对手的关键卡牌以绝后患，这是万智牌的战术点之一。我要讲的另一个战术点，是万智独有的颜色。

万智牌简单来说分为白蓝黑红绿5种颜色（当然也有多色和无色），生物、法术、瞬间、结界同样以此划分，虽然牌与牌之间千差万别，但总的来说——

白色：偏向万能的色种，单卡能力不够优秀，但组合使用有奇效；

蓝色：偏向控制的色种，生物质量相对不给力，但具有极强的控制咒语和牌库的能力；

黑色：偏向墓地的色种，拥有直杀咒语和手牌控制能力，但无法去除非地非生物的永久物；

红色：偏向输出的色种，擅长直接伤害咒语和敏捷（相当于炉石的冲锋）高攻生物糊脸，但无法去除结界；

绿色：偏向生物的色种，全面的加速能力和践踏穿透，但缺少优质的空军生物和清扫地面部队的能力。

在五色体系上还有两两混色组成的十公会系统，不过坑实在太大，在此不便详说。新手入门建议使用单色卡组，尤其是绿卡，简单粗暴“肛正面”，玩的就是一个“干”。至于具体的战术思路，恕笔者无法提供，一者笔者也只算是刚入门，不敢班门弄斧；二者万智牌池太深，战术体系五花八门，考虑到不同赛制对卡牌的限定，没有一定牌龄很难说出个所以然来。

最后还要提一下战术中那些难以掌控的变数——随机性卡牌。万智中需要通过掷硬币来判定某些异能或咒语的生效，但这种卡牌在高手对决中几乎不会出现。相比之下，炉石的某些卡牌就具有较浓的“赌博”性质了，比如大螺丝、牧师的思维窃取和心灵视界等。这些卡的判定无法用掷硬币或丢骰子来决定，只能交给计算机完成，这也限定它只能作为虚拟TCG，而非实体TCG存在。

卡包与交易市场

“炉石”目前的营利方式有两种，卡包和冒险模式门票。卡包单卖100金币，开包五张卡里必有一张稀有，40包的官方价格是328元，根据海量测试必出两橙。冒险模式是最近才有的PVE玩法，NAXX四个区解锁总共128元或2800金币，每过一BOSS给一张卡，每个区通关后给一张橙，另有职业挑战解锁新的专属卡牌，英雄模式全通送卡背……总而言之，比较划算。

万智牌卡包的价格则是20元一包，650元一盒36包，每包固定一张稀有（有几率出密稀），3张非普通，11张普通和一张基本地，别急，开玩儿前你还得买一个新手包，官方标价80元(内含2个补充包)——当然也可以去淘宝上买店家自组的新手包，反正卡组都差不多，里面的卡等同于“炉石”的基础卡，但绝大部分都很难应用到比赛中去；这点“炉石”相对厚道，基础卡里不乏好卡，而且“炉石”入门是不要钱的，在这方面万智牌的确没那么“亲民”。

上面提过，万智牌的牌池极深，每年都会出新的系列（今年已经是M15）和环境（10月份最新的蒙古系列），甚至到了每次出新牌官方都会跟进相关的FAQ，再加上T1、T2、摩登等各种赛制对牌池的限定，万智牌的比赛可以说是每一年都有变化。

与“炉石”不同，万智牌存在二级市场，即玩家之间的卡牌交易。国内有淘宝和“旅法师营地”这两个交易市场，国外则通过“MTG卡牌搜索”互通有无。由于万智牌是实体TCG，对卡牌价值的定义还得从多方面看。如“黑莲花”，虽然它是一张禁卡，但由于其稀有程度和逆天效果（0费，牺牲后产生3点任意同色法术力），被称为万智牌中最强的9张牌之一，2010年一张β版的10品黑莲花成交价是89000美元，其珍贵度可想而知。

由于牌池较浅，“炉石”至多花个3000块就能把目前所有的牌集个大概，同样的钱到了万智牌里，根据赛制的不同，估计也只够那么一到两套。而且“炉石”是可以挣金币买卡包和制造卡牌的，试想一下如果炉石允许卡牌交易，大螺丝、希女王、伊瑟拉这些橙卡会被炒得多贵，游戏里又会出现多少脚本挂机的刷子。

“炉石”是目前最大众化的一款卡牌游戏，低门槛和低消费的特点让它容易玩也容易精。而据我所知，万智牌玩家也是包含了各个年龄段，但牌店遇到的牌手（在WPN注册的）大多已经参加工作，在牌上的投入少则数千多则上万。援引老板说的话“万智有风险入坑需谨慎”，你要是想熟悉下规则，娱乐娱乐，80块的新手包足够，但若想跟其他牌手过招，或者参加比赛，大把的钱和时间都是必需的——当然付出和收获成正比，通过万智牌，有些人成功脱宅，有些人成为了职业牌手，有些人得到了友情和爱情，更多的人则像我一样，通过寓教于乐的方法锻炼了脑力，正所谓“玩万智，学万智”。和万智牌相关的经历成为宝贵的人生经验，让每一位沉醉其中的“旅法师”获益匪浅。







“简单暴力”的另类解读

今年ChinaJoy展会上，日本知名游戏制作人小野义德就《怪物猎人OL》游戏接受国内媒体采访时，表示“中国玩家喜欢简单暴力”，一石激起千层浪。广大中国玩家反应激烈，本期的龙门茶社，就相关话题进行探讨。

看了一下网络上的反馈意见，大概集中在以下三点：

1.确实如此，我玩游戏只为杀杀杀。

2.无辜躺枪，我是剧情党、探索党。

3.日本玩家也不一定喜欢探索。

往深里想，如果你认可“中国玩家喜欢简单暴力”，那么这是什么原因造成的？简单暴力也好，探索也好，这都是游戏能带来的乐趣之一，但都不是唯一或者是全部，简单暴力并不代表不好玩！从世界范围来讲，游戏快餐化到底是不是一个趋势？快餐化是否能和简单暴力等同？小野义德在采访中，提到《怪物猎人OL》专为中国打造，将有独占模式和元素。是否意味着以后国外的大作进入中国时，需要迎合中国玩家做出改变，才能取得成功？

可思索的问题很多，希望大家不要拘泥于肤浅的赞成或者反驳。其实如果你看了小野采访的全文，你会发现，所谓小野义德表示“中国玩家喜欢简单暴力”，基本上是断章取义。下面的两位说书人所言，是他们个人对问题的看法，虽不见得非常全面，如果能引导大家客观讨论、认真思考，那也就足够了。

百花齐放才是春

当中国游戏市场真正告别只有简单暴力的时候，中国游戏业的繁荣时代也就到来了。

■说书人 小象咪咪

与往年千篇一律的荷尔蒙加大喇叭稍有不同，2014年的ChinaJoy似乎多了一些不同的味道。除去微软与索尼登陆中国所新开辟的厮杀战场，在别的地方还能闻到另一番火药味。日本卡普空的制作人小野义德因《怪物猎人OL》的关系来到上海，在接受媒体采访时抛出了“中国玩家更喜欢简单暴力”的言论，经由各路媒体和网友的几番转载，在网络上激起热烈的讨论。不同的网友和玩家，基于自己的立场和背景，纷纷发出各自的观点。有赞同小野说法的传统主机玩家，也有认为此看法有失偏颇的网游玩家，甚至有一部分“爱国心”强烈的网友，将前面的玩家统统打成了“精神日本人”。如果这句话不是由日本的游戏人说出口，还会引起如此大的争论么？

抛去民族主义的因素，我们回头再看小野义德说出这番话的情境，可以发现整个采访过程中，小野一直都是在阐述中日游戏文化存在差异这一现状。日本玩家喜好探索，中国玩家更加直接，这两者似乎并没有高下之分。然而考虑到中日游戏产业间的差距，犹如日中文明史之间的差距一样大，难免让人联想到小野是站在高处俯视着发出这样的评论。

中国游戏的“简单暴力”之路，其实是符合世界潮流的

不论小野义德是站在什么立场上说

出这样的话，中国玩家喜欢简单暴力的事实确实是存在的。这一点很难让人否认，至少中国游戏市场中占据主导、最有消费能力的人，多是喜欢简单暴力的游戏方式。

这里的简单暴力只能说是一种笼统的概括。从设计的角度来说，简单暴力其实包含着良好的游戏引导、可预见的游戏结果、清晰明了的交互界面等等内容，这些游戏系统是为了帮助玩家更快地看到他所期望或者想要看到的结果，加快学习的过程。与世界同类的游戏相比较，中国的游戏往往做得更加直接。比如中国玩家更喜欢用战斗力来直接比较玩家间的实力差距，并且这种数值很大程度上预示了战斗的结果。而外国游戏更加鼓励玩家尝试挑战看似不可战胜的对手。中国游戏的引导友好度，相比世界上的游戏，也并不逊色，以至于有的游戏，一个高级VIP用户，甚至可以闭着眼睛一直玩下去。

从横向上看，中国游戏的直接暴力程度的确走在世界前列。但我们在纵向上回顾世界游戏的发展历史，会发现现代游戏的发展趋势，正是朝着更加简单暴力前进。现在的许多3A级游戏，已经被一部分传统玩家贬斥为无脑垃圾，只因为设计者实在过于照顾玩家，只差手把手教那些新手菜鸟，一路把游戏打穿。以前那些需要玩家自己琢磨的大型游戏越来越少。早期的FPS游戏都是开放性的地图，玩家自由度很高；而现在的《使命召唤》之流，地图做得像鸡肠一样，生怕玩家走不到下一个脚本触发点。从这一点来看，中国游戏的“简单暴力”之路，其实是符合世界潮流的。

为了照顾轻度玩家，游戏开始“简单暴力”起来

那中国的游戏为何会变得简单暴力？这要说回中国游戏业短暂而爆炸性的历史。日本和欧美的游戏市场，经过了至少三十年的成熟发展，从最早简陋的像素游戏，进化到媲美电影的演出效果，其玩家的行为习惯也在不断随着产业升级而进步。最早的游戏，受到硬件条件的限制，无法提供详细的引导内容，大多数游戏的说明都写在说明书中，甚至一些通过拷贝传播的电脑游戏没有任何说明内容。这样玩家要玩好一个游戏，就必须学会自己试错。在这样环境成长起来的玩家，多少都会有一些探索的欲望，喜欢自己尝试，不愿意受到设计者过多的指引。而随着游戏硬件的发展，以及市场的扩大，越来越多的轻度用户和菜鸟，被越来越精美的游戏画面吸引，进入游戏中。他们没有探索的基因，更喜欢快速熟悉游戏的内容。于是游戏开始迎合这些玩家，加入了更多的引导系统。因此游戏也渐渐变得简单暴力起来。这一步，在国外是走了几十年，逐渐发展而来，但中国的游戏市场，从有一点规模和影响力开始，迄今不过十多年左右。用十年时间走完别人超过三十年的路，大部分玩家没有经历过自我探索的时期，从原始社会跑步进入了社会主义。这让很多玩家认为游戏就该是这样简单暴力，而忽略了其背后漫长的发展历程。

对于这样的市场现状，中国游戏的从业者能够做些什么呢？能不能在“简单暴力”之外，再找到别的路走呢？

从历史角度看，小野义德说的没有错。但从市场现状而言，中国玩家也并不全是喜欢简单暴力。仅从中国的手游市场来看，尽管市场中大多数游戏是属于“简单暴力”的拼数值和拼人品的卡牌游戏，但真正的赚钱并不全是这类游戏。国外流行的《部落战争》（COC）在国内取得相当不错的收入成绩，而这



《崩坏学园2》的成功，是手游细分市场开始成熟的信号



《坦克世界》虽然在国内小众，但玩家群体却很稳定



《英雄联盟》被许多玩家认为是不需要花钱的网游，但依然不能掩盖其超级吸金的能力




COC并不简单暴力，但依然在国内受到广泛喜爱



国内玩家习惯用战斗力评估个人实力，而忽略操作技术在其中的影响

款游戏远谈不上简单暴力，中国玩家仍然对此保持旺盛的热情，讨论着各种战略战术。而创造多项国内游戏历史的《天天酷跑》，也并不是简单的比拼装备，一个人的技巧好坏仍然占有相当的比重。更有许多国内国外的游戏，虽然没有占据市场主流，但保持着稳定的用户群体，创造不亚于许多脑残游戏的成绩，而其持续性更是暴力型游戏所不能比的。对于《怪物猎人OL》这样制作中的游戏，希望尽量获得更多的用户，这就需要吸引相当多的非“怪猎”玩家，针对这部分玩家，做出系统上的妥协，使其变得更加简单暴力，也是可以理解的。如此小野的言论也不足为奇。

中国有不少游戏业者非常悲观，也很无奈。他们认为这个市场已经无法改变，中国的主流玩家就是喜欢看到直接的战斗力显示，按一个键就可以排在第一名。于是自觉无力改变现状的制作者们，就消极地全盘接受所有的现状，只做市面上成熟的游戏模式，只赚那些主流玩家的钱。讽刺的是，这些作品上市之后，往往很难得到目标用户的亲睐，被同类型但制作更加精良的游戏抢去大部分市场，自己连剩下的一粒米也拿不到。更有意思的是，这类游戏在数量上又占据着绝对优势，于是给人造成中国的所有游戏都是简单暴力的错觉。制作这些游戏的制作者们，看法通常很消极，所以他们常常自甘居于这个行业的最底端，做着毫无快乐的工作。

但也有不少积极的制作者，在努力地调整“简单暴力”与其他游戏内容之间的关系。我们可以看到市场上的成功者，并不是简单的复制成功模式。他们也在思考，想要找到更加适合中国市场的，并且好玩的游戏。就目前国内的行业历史积累和市场现状，这些步子注定不会迈得很大，但从不断推出的游戏中，我们也能看到每次都有积极的小变化。当2014年初，《刀塔传奇》横空出世的时候，中国游戏行业也为之一震。这款游戏并没有跳出中国游戏传统的框架，但它提醒从业者，这个行业内仍然是有人在思考。玩家除了可以快速简单地掌握游戏玩法，更能思考尝试游戏的可能性。对有些人来说，《刀塔传奇》的步子确实很小，但一步一步前进，并不是什么坏事，而中国游戏并没有脱离世界游戏的发展很远。相反，中国游戏人的视野正在不断开阔中。

另一方面，细分市场的不断拓展，也使得中国的游戏不再“简单暴力”。XBOX ONE和PS4即将进入中国，国内的游戏玩家群体将进一步分化。理想的结果是，在不久的将来，中国的游戏市场开始细分为许多次级市场，并且每一块都有稳定的市场容量。随着玩家群体的急剧扩张，不同游戏群体急需得到满足。而越来越有钱的中国人，在游戏上的消费能力也与十年前不可同日而语。我们看到，现在的端游市场不再是以前MMORPG一统天下。在中国最火爆的端游，竟是《英雄联盟》《穿越火线》这样的游戏，而《坦克世界》这样有些小众的游戏，也收获属于自己的稳定群体。即便是热钱涌动的手游，今年以来，也出现了《崩坏学院2》这种纯打二次元市场的成功游戏。越发的多样的游戏类型，也告诉中国玩家，中国的游戏不再只有“简单暴力”，还有更多的东西来迎合不同的口味。

一枝独秀不是春，百花齐放春满园。当中国游戏市场真正告别只有简单暴力的时候，中国游戏业的繁荣时代也就到来了。这需要中国的玩家和游戏制作者共同努力。

我就爱玩，关你何事？

差异性是客观存在的，大到某人的政治倾向，小到荷包蛋是该放糖还是放香菜。只要你别忘了玩游戏的初衷是什么，就足够了。

■说书人 老科

小野义德先生的对于中日两国玩家的观点很明显被人故意曲解了，当然在国内的媒体圈，这样为了制造话题而无节操的炒作已经见怪不怪了。不过小野先生的这种观点，在游戏圈里倒是比较有代表性——即关于不同游戏市场的差异性的问题。

差异性本来就存在

其实早在电子游戏开始分出不同类型的时候，不同市场就出现了各自的特点。这种市场差异性本来就是司空见惯的东西。就好比肯德基在欧美只卖炸鸡而在国内卖油条和鸡腿饭一样。不同的文化背景、处事原则、市场开拓方式导致不同地域的同一类产品，其受欢迎程度、存在方式、营销手段等都完全不同。拿游戏圈来说，小野先生的这种说法其实某种程度上是对的。但是有一定的偏差。在我看来，中国玩家并不是喜欢简单暴力，而是喜欢更加直接地看透游戏的本质，寻找捷径，而不是限定在游戏制作者设定的局当中。例如同样是网游，我相信大部分中国的“老玩家”都会习惯性的去寻找如何能够多快好省的刷出最NB的装备，打倒最NB的Boss，当然也许还有最重要的——如何合理的利用BUG来为自己谋利。相比来说很多欧美或者像小野先生描述中的日本玩家则喜欢像《生活大爆炸》里的谢耳朵一样对着屏幕大喊：“我是一名精灵盗贼，我要偷走你们的装备，难道你们没注意看游戏背景介绍么？”有时在游戏圈会有一些特殊的原因导致市场的特殊分异，例如在国内市场，对于《使命召唤》这个系列更多玩家更加熟悉的是单人战役部分，这导致很多所谓“老玩家”在接触以多人为核心的《使命召唤OL》后十分容易的就被某些真正的狂热脑残粉虐的找不到北。原因？你懂的。

因此无论承认与否。市场差异、产品差异、用户喜好的差异是真实存在的。广大游戏厂商也是根据自己对某地区市场的了解，针对性的制作符合当地玩家喜好的游戏来迎合这种差异性。这种行为最终导致了“日本玩家喜欢探索，而中国玩家喜欢简单暴力”这种表面现象。因为你们喜欢，所以我们提供更多你们喜欢的游戏，如此循环。

所以在了解了事情的原委后，我个人完全理解并部分支持小野先生对于中国玩家喜欢“简单暴力”说法的初衷，这种对于市场差异的看法以及他希望顺应差异制作作品的愿望是可以理解的也是存在一定合理性的。只是他没有预料或者指出的是，伴随着这种差异性出现的结果必然是对于这种差异性的讨论以及例如“爱国党”“优越党”“客观党”这样的“党派”之间的曲解与骂战，即所谓的“舆论”。存在舆论，就有为炒作舆论而存在的组织或者个人，于是就出现了本期主题中描述的这一幕。

坦白地接受差异性是解决问题的关键

既然差异性本身就存在，那么我们唯一可以做的就是接受它。这并不只是游戏圈的问题，差异性渗透到我们生活中的各个角落。大到某人的政治倾向，小到荷包蛋是该放糖还是放香菜。然而人性中一个比较有趣的弱点就是，我们总是想办法博得他人的认同。就像我刚才说的，当你找到认同你的人，而且人数又足够多，一个代表舆论观点的“党派”就出现了，加之当代互联网所提供的前所未有的“言论自由”和责任缺失，在合理的“引战”下，“党派”大战在所难免。

我曾经参与过这种争吵，也长时间的观察、研究这种争吵。其实这种争吵本质上是毫无意义的。因为争吵双方本身并没有几个人能够就事论事，而且大部分人都将自己建立在“我一定是对的，你一定是错的”的前提之下。没人想到，或者愿意承认也许双方说的都有道理。纵观此次“小野言论”事件国内玩家以及媒体的言论，无非两种观点。一种激进地认为小野仪德是看不起中国玩家，另一种则是相对客观地认为所有玩家都是平等的，很多玩家被扣上“简单粗暴”的帽子不应该。我认为这两种想法本身都存在问题。就像我说的，市场差异是存在的，也许并不是100%的国内玩家喜欢“简单暴力”，但是至少市场主流的产品标明大部分玩家喜欢或者至少接受“简单暴力”的产品。否则这些“简单暴力”的产品也不会在国内热卖。至于具体原因，我可能要利用更长的篇幅去分析。但在这里我并不想啰嗦。但是一旦你接受了小野先生这句话本质的含义：游戏在不同的地区是存在差异的。你会发现网上的大部分言论从逻辑基础上就是站不住脚的。这跟爱国主义更是八竿子打不着的关系。因此结束这场闹剧最好的方式就是坦白地接受这种差异性的存在。更何况，不管你接受与否，这种差异性始终都是存在的。

另外，别忘记了最本质的东西

这让我想到了一个更现实的话题，即关于现在网上众多玩家“互喷”的习惯。其实当你代表某个“党派”在网上吵得面红耳赤的时候，不妨静下心来看看那些真正被遗忘在角落里的玩家。也许他们才是整个游戏圈中最安静、最理性的人。这些人在你看来也许无聊了些，但是他们最能接近游戏的本来乐趣。当你和某些不认识的人讨论到底是DOTA高端还

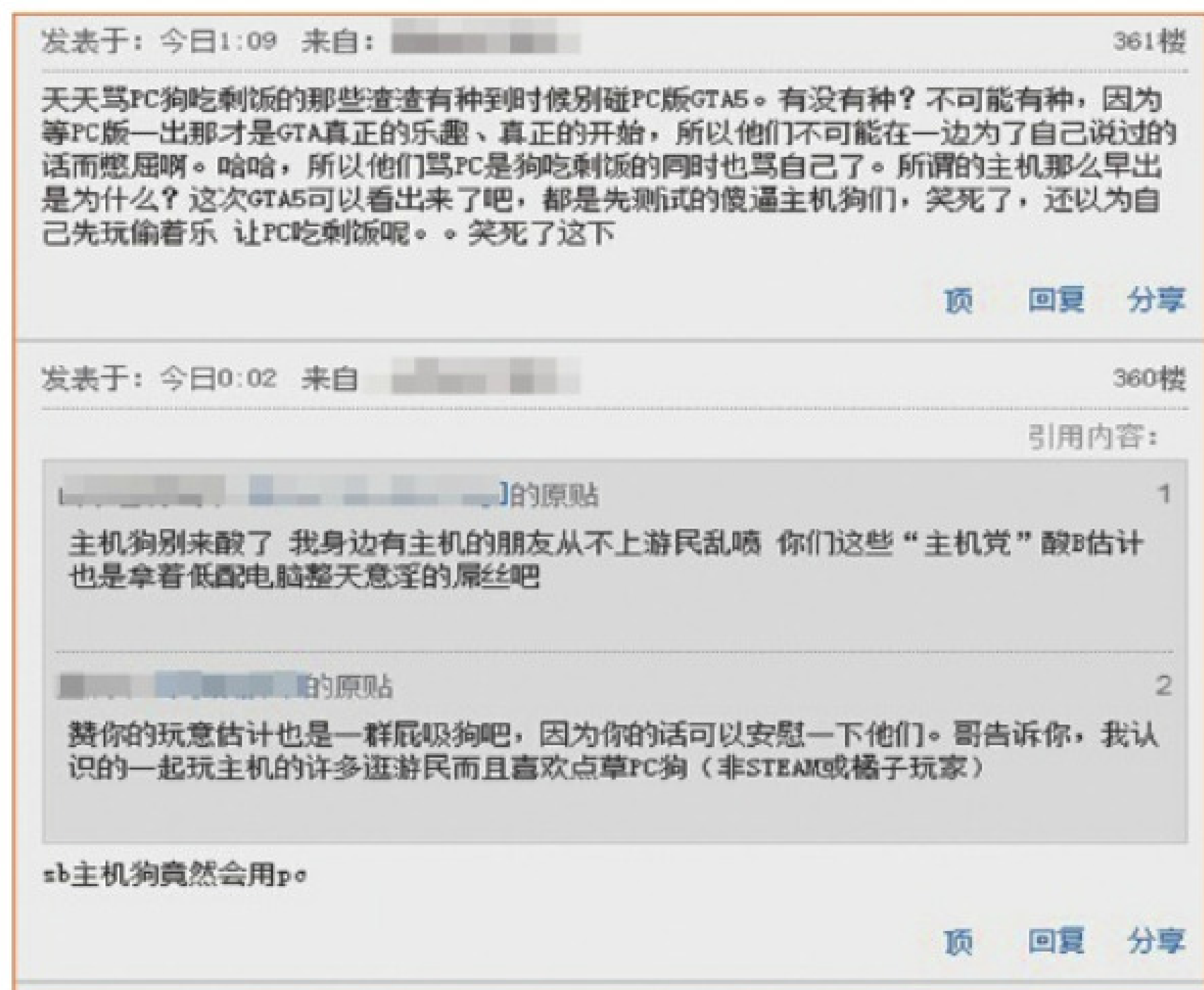


对于欧美玩家熟悉的犹如呼吸一样的COD到了国内不幸成为了正版优越党屠杀某F小学生的盛宴



其实产品差异化最经典的案例，就是肯德基了。真不知道他们以后会不会出鱼香肉丝汉堡……


谈高端？谈专业？去和DCS的玩家谈去吧……



发表于：今日1:09　来自：　　361楼

天天骂PC狗吃剩饭的那些渣渣有种到时候别碰PC版GTA5。有没有种？不可能有种，因为等PC版一出那才是GTA真正的乐趣、真正的开始，所以他们不可能在一边为了自己说过的话而憋屈啊。哈哈，所以他们骂PC是狗吃剩饭的同时也骂自己了。所谓的主机那么早出是为什么？这次GTA5可以看出来了吧，都是先测试的傻逼主机狗们，笑死了，还以为自己先玩偷着乐 让PC吃剩饭呢。。笑死了这下

顶　回复　分享

发表于：今日0:02　来自　　360楼

引用内容：

]的原贴　1

主机狗别来酸了 我身边有主机的朋友从不上游民乱喷 你们这些“主机党”酸B估计也是拿着低配电脑整天意淫的屌丝吧

的原贴　2

赞你的玩意估计也是一群屁吸狗吧，因为你的话可以安慰一下他们。哥告诉你，我认识的一起玩主机的许多逛游民而且喜欢点草PC狗（非STEAM或橘子玩家）

sb主机狗竟然会用pc

顶　回复　分享

我个人看来，互喷是最无聊的，但是人性的弱点，你懂的



日游戏制作人称中国玩家只爱无脑游戏_电视游戏_新浪游戏_新浪网
2014年8月28日 - 日本游戏制作人讽刺中国玩家:只喜欢无脑游戏,日本,电视游戏-新闻... 在今年的CJ游戏展上他在接受媒体采访时表示"中国玩家喜欢简单暴力,而日本玩家更喜欢...
games.sina.com.cn/t/n/... 2014-08-28 - V3 - 百度快照 - 71%好评

小野义德谈怪物猎人OL:中国玩家喜欢简单暴力_网络游戏新闻_17173...
2014年8月5日 - "日本玩家喜欢探索挖掘 中国玩家喜欢简单暴力。" 17173:《怪物猎人》对于卡普空来说,是一个非常重要的IP,您是怎么看待现在《怪物猎人》的影响力的?...
news.17173.com/content... 2014-08-05 - 百度快照

为您推荐：怪物猎人ol　怪物猎人4　怪物猎人4g

小野义德嘲讽中国玩家:简单暴力无聊_网络游戏_中关村在线
[原创] 作者：王晓帆 - 来源：中关村在线 - 发表时间：2014年08月29日
在今年的CJ游戏展上他在接受媒体采访时表示"中国玩家喜欢简单暴力,而日本玩家更喜欢探索"。对于这样群嘲的观点各位怎么看? 小野义德嘲讽中国玩家:简单...
game.zol.com.cn/475/47... 2014-08-29 - V3 - 百度快照 - 评价

日本游戏制作人辱华?中国玩家只喜欢简单暴力游戏
---部分日本玩家热爱探索没错,但把这当成全体日本玩家的习惯就不对了。日本游戏制作人辱华?中国玩家只喜欢简单暴力游戏 凤凰网游戏官方微博 为您带来最好看的...
games.ifeng.com/specia... 2014-08-29 - V3 - 百度快照 - 评价

手游晚报154期:中国玩家喜欢简单暴力的无脑游戏?_八卦趣闻 - 斑马网
2014年8月29日 - 中国玩家的游戏偏好是什么样子呢?最近一位日本知名游戏制作人给出了定义"简单暴力无脑"的游戏,相比之下日本玩家偏爱"探索风格"的游戏......这看似一...
www.banma.com/20140829... 2014-08-29 - 百度快照 - 评价

一个本来没有什么喷点的观点瞬间就被曲解并传播起来。小野先生这黑锅背的冤枉啊……



小野君这次真的玩脱了，但是责任却并不在他



说到玩家的习惯，有没有哪些中国玩家的喜好，让他们觉得惊讶。有哪些习惯是中国玩家独有的？

小野义德：对日本玩家来说，对于一个未知的东西，都是一点点去接近，然后体会乐趣。中国玩家，一个好玩的东西，没有明确的告诉他们之前，对于前面要花长时间的去探索摸索，可能不太愿意去做这样的事情。

比如现在的怪物猎人，里面一个怪物，对于日本玩家来说，可能需要反复的尝试和体验，这个怪物的一些好玩的地方，对于中国玩家来说，这样做就有一定的困难，一定要让他们觉得这个怪物厉害，要让中国玩家看到挑战的甜头，鼓励他们去玩。

这是小野先生的原文，某些想炒作想疯了的媒体还是歇了吧……



最后，别啰嗦了，还是早点盼着《怪物猎人OL》公测吧！

是LOL高端，到底是CF竞技还是CS竞技，到底WoW是不是世界上最伟大的MMORPG游戏，《星际争霸2》对于《星际争霸》到底是进步还是倒退，到底中国玩家是不是喜欢简单暴力时。那些玩着《Lock On》《欧洲卡车模拟》《F1 2013》《桥梁建造者》的玩家，一言不发的坐在自己的电脑前，打开自己的游戏，享受属于自己的快乐时光。他们不在乎别人的争吵，也不担心会被喷。因为他们享受的游戏本来就没几个人会感兴趣，或者说没有几个人能够享受，但是他们从游戏中获得了自己想要的东西——快乐。

中国玩家是否喜欢“简单暴力”，这个问题并不重要。重要的是，大部分玩着“简单暴力”游戏的玩家，本身很快乐。同样，在日本那些喜欢探索的玩家玩着自己喜欢的游戏，也很快乐。针对某地区用户喜好设计对应的产品本应该是产品制造着需要操心的部分，而我们作为用户，只需要找到自己喜欢的东西，然后买买买买买。如果你真的要提建议，直接提给游戏公司，而不是在社交网络上通过喷别人来展示自己有多么NB。当然，这种社交网络综合症的副作用目前还无法得以妥善的解决。不过就算你喜欢到某媒体喷敌对派别的玩家来换取成就感，别忘了你玩游戏最本质的东西，是为了获得你想要的快乐。你是否被认同是一回事，你快不快乐是另一回事。这也是为什么很多小众游戏玩家对于游戏的忠诚度反而会高于某些“大作”玩家。因为他们本身人数和制造舆论的能力上不够“强大”，所以反而能够让他们远离无聊的口水仗，找到了自己的快乐，并且愿意继续快乐下去，任何其他的事情对他们来说都是浮云。我就是喜欢花12小时游戏时间学会怎么开F-15战斗机，我就是喜欢研究如何合理的放置钢梁来搭建一座铁索桥，我就是喜欢开着一辆又大又丑又难操作的车跑在无聊的高速公路上，我喜欢，我快乐，有本事来打我呀！如果每个玩家能够拿出这种心态去享受自己喜欢的游戏，那么大家的耳根会清净很多，当然靠炒作博眼球的媒体可能会很难堪。但是遗憾的是，只要人类社会存在一天，这种舆论效应就不会停止。正向我刚才所说，人性的弱点，很难被克服。

我就爱玩，关你何事？

所以我们重新审视一下小野先生的这句话，如果你有兴趣最好看一下原本小野先生完整的访谈，你会发现这句话被孤立、曲解了。

这个话题的炒作方也如愿以偿的获得了期待的效果。可怜的小野先生可能要为自己不那么精准地表达而背一段时间的黑锅了。但是这件事情应该对广大玩家有所启发。联系到这件事之前以及之后的诸多事件。人性的弱点虽然很难克服，但是别忘了你玩游戏的初衷是什么。有时候也许我们需要稍微“霸气”一点，当面对“敌对”派别的“挑衅”或者某些媒体的“引战”时，只需要丢下一句话：我就爱玩，关你何（Pi）事？

Joker的留言板

1.介于你们都在吐槽SBS……我就改了名字，你们这群不看日漫的小孩子真是不懂我的浪漫……

2.近期都在讨论主机入华后游戏的和谐问题，不妨来这谈谈你们自己的看法。

3.上一期你们的挑错贴我们看到了，谢谢鞭策

4.我最近打算重新玩《博德之门》，但是一开始就各种死，我觉得我真是弱爆了……

5.近期你们想看到什么方面的专题内容？说来听听嘛。



茕天子：只希望加速分级制度建立吧，像《真人快打》之类的和谐了谁会去买；审批的时间也是个硬伤；顺便让水货降降价就好……不要最后弄得主机上一堆免费网游（啊，将来会不会和电影、手游一样出现越来越多的中国特供版呢）。

最近了解到一款叫做《异度装甲》的PS上的游戏，额，反正我是因为年龄错过了，据说当年被封为神作？！众编对它有什么记忆呢？想听听。

5.在刚接触DND时差点进了《博德之门》的坑，各种原因后来就没心情去碰它了，不知道以后还会不会去接触啊。

fleelancer：《异度装甲》？！ 新手村秒我女神，从此不再爱……

衍帝：ChinaJoy啊ChinaJoy，印象中最最深刻的就是8年前第四届完美世界的丁贝莉，当时在大软看到那妹子，着实着迷了很久呢。多年来一直想要亲临ChinaJoy现场，但是每一年都没能去成。

为毛我感觉这期主题讨论ChinaJoy都会比主机入华更让人兴奋呢……

说到主机入华，可能微软XBOX ONE的策略会更好一些吧，直接与国产网游合作，移植网游，毕竟在国内，玩家肯花钱买游戏的不多，而如果移植国产网游的话，情况会不一样，毕竟是本土的东西，更懂本土玩家的心态，持续一贯的服务道具收费，估计能够双赢呢。还有任天堂的特供模式，特供国内审核能否通过，会不会失去游戏原来的趣味，整一堆阉割游戏的话，估计玩家们会忍不住把主机砸掉吧……

Joker：丁贝莉确实好看！

遥远的逝去之光：记得8月刊“黑魂2”的专题图片在7月刊上见过，果断不能忍啊，哪天我把照片发给你Joker！

B6_X：能给个扫描组妹子的照片嘛！

Joker：妹子的实习已经结束了，回武汉了，你们看不着了！

st小剑：1.我只知道在海贼王里也有尾田和读者的SBS但是不想往那个SBS想！

2.反正我现在没钱买，主机局势什么的我就看看，不说话……

啊哈哈丶boy：对于主机入华和谐，我只能说：这能阻止小朋友学坏吗？

1CrazyKing1：1.最近没啥想关注的！

2.狂撸PSV中，根本停不下来，《灵魂献祭》真是良心作品啊，不过这个月打折的厉害，像我这样的新手好多

3.能在下期报道下某黑客组织的攻击事件么，顺便普及下黑客知识。

天空之海的极光：1.我确实不知道SBS是啥。

2.今年CJ我好不容易找到大软展台时那里没人！

3.听说PS4不兼容前两代的游戏所以准备明年高中毕业买个PS3玩玩。

4.我们这的大软不知为何永远慢20天左右，挑错就参加不了了。

5.博德之门是神马？好玩吗？

6.能点评下最近的手机吗？我手机又掉了……

Joker：想买便宜的其实国产的几个品牌质量已经达标，价钱无所谓的话就选择苹果6吧！（没错我就是伪果粉）

happyafanti：1.主机入华据说不是限区域运行甚至购买吗?即便如果入华是假新闻，对想买主机的玩家影响不大，国内审核不稳定因素太多了。

2.近期好像没什么新游戏啊，倒是炒冷饭不少。

3.记得《博德之门》印象最深一个是千奇百怪的法术和职业，话说最近的《神界：原罪》不是有点像嘛！

Joker：没错，《神界：原罪》是最近一个非常复古且优秀的游戏，其分支系统和战斗系统都非常有趣，近期我已经沉迷其中不能自拔。

逍雨断魂：有没有独立游戏。小而精，乐趣无穷，还有什么更好的吗。！

Joker：我正在尝试联系一些独立游戏制作人，好作品不好找。

1CrazyKing1：PSV有个特别火的独立游戏，叫《勇者别嚣张》。

雁川：对国行提不起一点兴趣，价格比港版日版高，感觉跟

受歧视似的。再就是游戏锁区，这是我拒绝行货最大的原因，又一次受歧视！神游某掌机就那俩游戏一直在长毛，你说这钱花的。最后说到杂志中的一些错误，鞭策是不行的，必须鞭打才有效！

我怀念的，我爱的

吧友 芸香

说真的，高中三年，看过许多杂志，最重要的是大软，只可惜学校总是不确定什么时候有…后来直接停了。已经是高中毕业的我现在才想起或许有百度大众软件吧，对不起，迟来了，说真的，大软给我带来的是一种说不出的感动，就像是老朋友，一直陪伴在身边，不需多言，感谢你们的努力与陪伴，虽然我将许多的课堂时间都给了大软，但我不后悔！

Joker：**欢迎回家。**

kingofarthur：以后会容易买到一些了，如果买不到可以联系我，我帮你买。我也是高二开始看大软，至今十一年有余，它甚至影响到了我一开始的就业方向，所以无论如何我的生活已经离不开大软了。另外伙计，加我们的群吧，很多老编都在，欢迎回家！群号178640418。

微信读者 朱黎晖

昨天从朋友那里得知大软也有订阅号了，今天马上来关注了。 记得中学的时候和朋友每个月都会买大软，当时价格6.8，我居然没忘记哈哈。把每期的内容翻来覆去看了又看。至今最喜欢2005年的十周年纪念刊，各种榜单，各种评论，看了好几遍都不嫌累，把好游戏都玩了一遍。 当时比较喜欢攻城略地和游戏评析板块，照着攻略打完了空轨fc，最后和朋友聊剧情的时候发现剧情都没去关注了哈哈哈，光顾着收集和打怪练级去了。 我现在还记得几个小编，像是8神经，生铁，枫红一刀流，还有个挺有名的美女编辑（好像叫晓什么），时间过去太久了忘了名字。不知道现在他们还在否？ 我是2003年左右开始接触大软，经历了大软改价格，改版，变薄，停刊谣传，变成旬刊等一系列变动，现在工作了也基本不买大软了，玩游戏也没了从前的感动和热情，但还是很感激大软将我带入游戏的世界。说来也怪可惜的，从前大软辉煌时期我和小伙伴都是玩的盗版，大软里看到好玩的就去买盗版碟。现在大家正版意识提升了好几个档次，可是当年好多游戏杂志都物是人非了，或者都停刊了。 希望大软能够坚持下去，重现从前的辉煌，也感谢现在仍在坚持的小编们，是你们让我能继续看到大软前进，没有被现在的网络媒体环境所击垮。也希望大软的微信号也能获得更多关注。另外，我期待你们的20周年特刊的到来！

Joker：经历了这么多年，有的编辑们也去追寻自己的梦想啦，不过你喜欢的8神经还在呐，而枫红一刀流一如既往的是我们的攻略作者，感谢大家对我们的这些年来的支持，期待我们在新的平台上再创辉煌吧！

微信平台【小众阵地】栏目文章：“《索多玛120天》算个毛：10部令人着迷的神经病电影——以及一些惺惺相惜的神经病游戏”读者反馈



微信读者 iVery

前天的小众阵地实在是……作者真是人生赢家，有机会看到这么小众而重口的电影:)

微信平台：“‘舰娘之父’谈成功：不逼迫玩家氪金成就王道”读者反馈

微信读者 钱坤一

谈舰娘的收费模式没有任何意义，舰娘并不是靠出色的收费点成功的，而且舰娘的成功就和前面一些比如愤怒的小鸟一样是十足的偶然性，要说也是扎根于日本美少女文化加上某种国民情结结合起来的内容，促发了病毒式传销的二次同人创作风潮。这在国内基本不可能简单复制，崛起具有十足的话题性。

微信读者提问

微信读者 杨航

您好，请问众筹活动中那个500元送的往期所有杂志电子版的那个能不能单独买呢？当时我在准备高考，所以没有关注众筹。我在2009年开始买大软，很喜欢，特别是中期。请问能不能单独买那个往期杂志电子版呢 ？谢谢。

Joker：电子版合集会在10月APP上线之后再决定是否单独售卖，读者朋友请耐心等待。

微信公众号反馈

大软微信公众号：popsoft2014

大众软件微博：大众软件果然棒

新一轮的移动互联网热潮，对于我们既是机遇又是挑战，我们也开始在微信、微博等平台上与读者朋友进行沟通，欢迎订阅我们的微信公众号与微博，每天都会有文章推送！



2014年9月硬件关注排行榜

评分数据及排行取自微博投票

1 新一代游戏主机

（PS4、XBox One）

得票率 13.67%

行货游戏主机上市在即，在关注榜中也不出所料地蝉联冠军，我们的读者除了PC游戏外，也相当喜欢主机游戏啊，另外说一点，游戏主机真的要成为硬件关注榜的仙剑吗？下期把它们分拆了如何？P



2 iPhone 6

得票率 10.55%

iPhone 6同样蝉联亚军，不知道发布会后，有没有投票的朋友们后悔了。尽管从时间上看只是例行的秋季发布会，但从本次发布的产品来看，这些产品确实从理念上已经有颠覆传统产品，开辟新型市场的意义。至于这些产品和服务是否让大家满意，就是见仁见智的问题了。P



3 NVIDIA新一代显卡

得票率 7.33%

NVIDIA新型显卡即将面世，期待榜排名也保持了季军的位置，其实由于NVIDIA出现了多个核心并行发展的情况，所以对所谓“新一代”的说法，我们觉着也很勉强，不过每一款新品的出现，都相当让人兴奋就是了。P



4 游戏型高性能笔记本

得票率 7.03%

在开学后，陪伴在学生朋友们身边的是不是游戏型笔记本电脑呢？我想只要有条件的话，大部分学生朋友还是会选择略微增加预算，为自己的学习伙伴增添一定的游戏能力吧。近期大量高性价比的游戏型笔记本不断涌现，为大家增添了不少选项，还没有决定的朋友可以好好挑选了。P

5 头戴式显示器

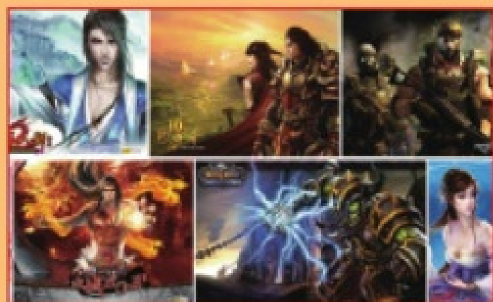
得票率 6.64%

头戴式显示器可以给用户带来更具沉浸感的游戏娱乐体验，连续两期都获得了不错的排名，但比较遗憾的是Oculus仍然没有在内地市场销售（当然它本身也仍属于开发套件而非商业化产品），真是让人等得相当心焦啊，不过一些类似的产品已经出现，希望它们同样能提供出色的体验吧。P

排名	产品	得票率
6	Windows Phone 8手机	5.74%
7	iPad 6（Air 2）	5.47%
8	4G标准通讯产品	4.96%
9	高性能台式机	4.66%
10	高速无线路由器	4.37%

重点推荐

后端游时代创业公司生存沉浮录



随着手游时代的全面来临，端游公司面临着空前的机遇和挑战。如何在端游行业坚持下来，它们各自的特点又是什么呢？

卧虎俯首，藏龙低头 ——为何手机平台鲜有大型MMORPG



手机游戏有不少，大型MMORPG却不多，原因何在？从新游《卧虎藏龙》之中，让我们来一探究竟。

龙之“骨” ——国产3D动画电影之殇



随着时代的发展，越来越多的动画电影走进了我们的视线。一部由网游《龙之谷》改编的电影带你领略国产动画电影的优势与不足。

主管单位 广西出版传媒集团有限公司
主办单位 广西金海湾电子音像出版社有限公司
编辑出版 广西电脑游戏新干线编辑部
社　　长 施伟文
总　　编 滕耀胜
执行总编 韦松林

编 辑 部 杨立（主任）
陈子赟（副主任）
栏目编辑 杨文韬 汪澎 韩大治 吴昊 郑弢 赵博
专栏记者 李坚玮 马骥 胡太星
特约记者 潘妮 （美国）
本期责编 韩大治
电　　话 010-88118588-501
新闻热线 010-88118588-101
通信地址 北京市100040信箱18分箱
邮政编码 100040

广 告 部 李怀颖 陈文
电　　话 010-88118588-801
发 行 部 韩灵合
电　　话 010-88118588-601
传　　真 010-68686261

平面设计 林静 汤瑛 张子祚
印　　刷 北京盛通印刷股份有限公司
国际标准刊号 ISSN 1672-0148
国内统一刊号 CN 45-1304/TP
邮发代号 48-154
发行范围 国内公开发行
发行代理 北京情文图书有限公司
电　　话 010-65934375
广告许可证 4500004000185
出版日期 出版日期 2014年10月1日
订 阅 价 人民币 12.00元
零 售 价 人民币 10.00元

夏末秋初的手机狂想曲

随着几场秋雨，北京的天气迅速从酷热转向了凉爽，早晚上甚至有些冷了，同时冷下来的，还有手机厂商的发布会狂热，从北京到德国再到美国，9月2日的魅族MX4、9月3日的三星Note4和索尼Z3、9月4日的华为Mate 7和微软Lumia 830，联想VIBE X2和Z2、9月10日的苹果iPhone6等，都是各自拥趸盼望了很久的新一代神（肾）机，但与手机发布会的热闹相比，更加火热的却是各自的粉丝甚至是工作人员间的大讨（Luan）论（Zhan）。

让人意想不到的是，这一次在微博上最激烈的战火并不是在“果粉”与“果黑”之间，而是在自称“师傅”、开创了内地智能手机个性时代、但因为在产品与市场方面的“傲娇”而错过发展机遇的魅族，与现在发展势头异常猛烈的新兴数码厂商“小米”之间。魅族发布会上那印象深刻的1799元价格让魅粉疯狂，也吸引了大量态度摇摆的数码玩家，其后MX4巨大的预定量更让魅族有了足够的底气，挑战他认为以学习自己起价，现在却远远超越了自己的小米。反过来，当小米和米粉看到本来只应属于自己的疯狂和风头被一家不算很起眼的厂商抢去，加上大量疑似水军的围攻，同样是气愤难平，所以揪住不公布处理器厂商等细节进行猛攻，甚至出现了小米员工以粗话攻击魅族及其高层的情况。

当然公平的说，小米手机的性价比仍然相当诱人，魅族虽然强调MX4使用的MTK6595“强大而省电”，1799元的价格相当实惠，但并没有宣称其性能比小米4的骁龙801更为强大，或者在性价比方面能干掉小米全系列产品如红米等。而且魅族不公布处理器厂商也根本无关紧要，用户更想要的是一台性能足够，且在续航、显示、拍摄、操控等方面能给自己更好感受的手机，至少对小编来说，目前的高端手机，甚至包括本次的魅族，在计算能力都已经有些过剩了，但这些手机的续航能力都仍显不足，操控方面小米和魅族更是各有特色，在Android手机中都表现相当突出，但应该承认两者都谈不上完美。

其实作为两个都有一些真正“情怀”的国产手机厂商，在微博上的这场交锋虽然有些从精彩专向不堪的趋势，却不失为一次精彩的推广活动，魅族追求的精美工艺与实用配置，小米推出的丰富产品和精确定位，都有了不错的表现，在这场夏末秋初的手机狂想曲中，是一段相当出彩的小乐章呢。

不过，好奇的小编还是很想知道，读者朋友们，你更支持谁呢？来通过微信或微博等方式，与我们一起交流下吧。